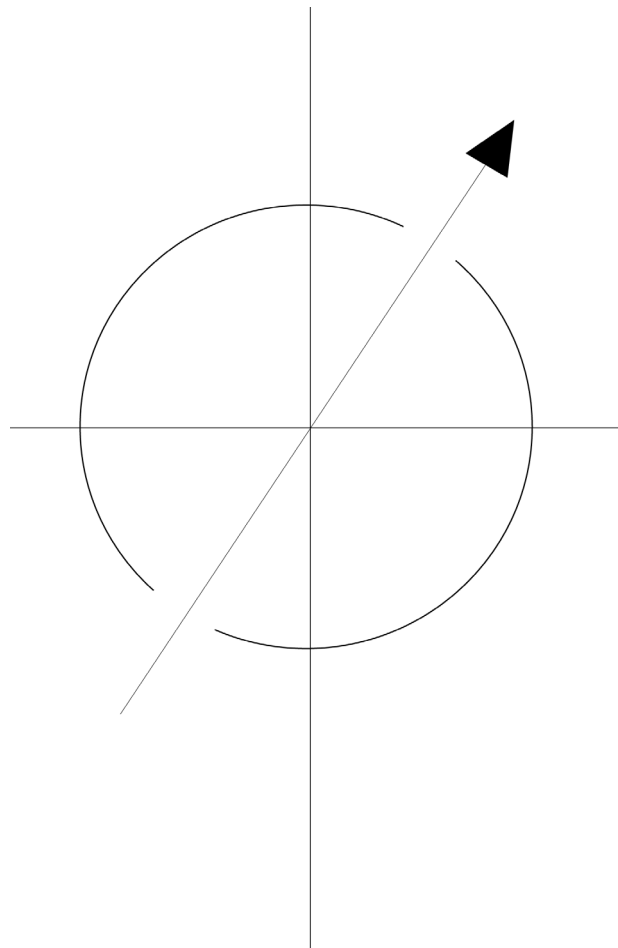


# DISSENY DEL WEB I L'APLICACIÓ compassGO

Memòria de Projecte Final de Grau  
**Grau de Multimèdia**  
Creació gràfica



**Autor:** Sarai Risueño Montserrat  
**Consultor:** Ivan Serrano Regol  
**Professor:** Irma Vilà Òdena

11/01/2016



Aquesta obra està subjecta a una llicència de [Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 3.0 Espanya de Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/)

## **A B S T R A C T**

El projecte de final de grau consisteix en el disseny d'un web relacionat amb el sector del turisme i destinat a facilitar als usuaris la planificació dels seus viatges, i d'una aplicació que els permetrà accedir al seu contingut i als plànols de les ciutats encara que no tinguin connexió a internet un cop estiguin a l'estranger.

Amb el desenvolupament d'aquest projecte seguirem tot el procés, des de la creació de la idea fins al disseny final, de desenvolupament d'un web i d'una aplicació

Paraules clau: Treball de Fi de Grau, turisme, viatges, web, aplicació, disseny, arquitectura, identitat gràfica, usabilitat, usuaris, rutes, planificació, Adobe, Photoshop, Illustrator.

## **A B S T R A C T (english version)**

The final degree project involves designing a site that is related to tourism sector and intended to facilitate users to plan their trips, and an application that will allow them to access their content and city plans when they are abroad even without internet.

With the development of this project we will follow the whole development process, from creating the idea to the final design of a website and an application.

Keywords: Final project degree, tourism, travel, web, application, design, architecture, graphic identity, usability, users, routes, planning, Adobe Photoshop, Illustrator.

# **A G R A Ì M E N T S**

Vull agrair el suport que m'ha donat la meva família, els meus pares, el meu germà i les meves àvies, en tots aquests anys d'estudi, tant quan vaig llicenciar-me en la meva primera carrera universitària com quan vaig emprendre aquest nou camí en el grau multimèdia. Per haver confiat sempre en mi.

I a la meva parella, el Sergi, que ha estat al meu costat i m'ha guiat sempre que ho he necessitat.

# Í N D E X

1. Introducció/Prefaci	10
2. Descripció/Definició/Hipòtesi	12
3. Objectius	13
3.1. Principals	13
3.2. Secundaris	13
4. Continguts	14
5. Metodologia	16
6. Planificació	18
6.1. Dates clau	18
6.2. Diagrama de Gantt	18
7 Procés de treball/desenvolupament	19
8. Plataformes de desenvolupament	20
8.1. Software	20
8.2. Hardware	20
9. Anàlisi de mercat	21
9.1. Arreu del món	21
9.2. A escala europea	21
9.3. Dimensions del mercat europeu	21
9.4. Segmentació de mercat	22
9.5. Anàlisi de negoci i patrons de compra	22
9.6. Competència o productes similars	23
10. Investigació	24
10.1. Recollida de dades	24
10.2. Disseny de persones	25
11. Usabilitat	29
11.1. Formes d'interacció i navegació de compassGO	30
12. Disseny centrat en l'usuari	34

13. Perfils d'usuari	35
14. Disseny d'identitat	36
14.1. Naming	36
14.2. Logotip	37
14.3. Identitat gràfica	40
15. Arquitectura de la informació	42
15.1 Arquitectura del web i l'aplicació	42
16. Wireframes. Disseny de l'estructura	45
16.1. Wireframes del web	46
16.2. Wireframes de l'aplicació	55
16.3. Proves d'usabilitat. Avaluació heurística	59
16.3.1. Orígens i principis de l'avaluació heurística	59
16.3.2. Funcionament	60
16.3.3. Avaluació heurística de compassGO	60
16.3.4. Priorització	65
17. Disseny del web	66
18. Disseny de l'aplicació	87
19. Pressupost	94
20. Viabilitat	95
21. Projecció a futur	96
22. Conclusions	97
Annex 1. Lliurables del projecte	98
Annex 2. Guia d'usuari	99
Annex 3. Llibre d'estil	104
Annex 4. Resum executiu	109
Annex 5. Glossari/Índex analític	111
Annex 6. Bibliografia	112
Annex 7. Vita	114

# ÍNDEX DE FIGURES

- Figura 1: Gràfic de l'evolució del turisme. Font: UNWTO
- Figura 2: Resultats de l'enquesta sobre viatges
- Figura 3: Resultats de l'enquesta sobre viatges
- Figura 4: Resultats de l'enquesta sobre viatges
- Figura 5: Entrevista. Arquetip número 1
- Figura 6: Entrevista. Arquetip número 2
- Figura 7: Entrevista. Arquetip número 3
- Figura 8: Captura de la secció The best of users
- Figura 9: Captura de la secció About
- Figura 10: Captura de la secció de l'aplicació My maps i Edit profile
- Figura 11: Captura del peu de pàgina
- Figura 12: Captura del contingut de The best of users
- Figura 13: Captura del contingut de My trip
- Figura 14: Captura del contingut de My trip
- Figura 15: Captura del peu de pàgina
- Figura 16: Wireframe Home
- Figura 17: Wireframe Login
- Figura 18: Wireframe Profile
- Figura 19: Wireframe About
- Figura 20: Wireframe Help
- Figura 21: Wireframe Contact
- Figura 22: Wireframe About Trip
- Figura 23: Wireframe My city
- Figura 24: Wireframe Live Now
- Figura 25: Wireframe The Best of users
- Figura 26: Wireframe Terms & Conditions - Privacy
- Figura 27: Wireframe Login - Create account
- Figura 28: Wireframe Home - Menu
- Figura 29: Wireframe Profile - Edit profile
- Figura 30: Wireframe Contact - Terms & Conditions - Privacy
- Figura 31: Wireframe Maps - Edit Map
- Figura 32: Wireframe My trip home - My trip
- Figura 33: Wireframe About - Help
- Figura 34: Home de compassGO
- Figura 35: Home de compassGO. Opció Idioma activa
- Figura 36: Home de compassGO. Opció Xarxes socials activa
- Figura 37: Home de compassGO. Inici de sessió
- Figura 38: Home de compassGO. Registre
- Figura 39: Home de compassGO. Sessió iniciada
- Figura 40: About de compassGO



Figura 41: Contacte de compassGO  
Figura 42: Terms & Privacy de compassGO  
Figura 43: Polícies de compassGO  
Figura 44: Help de compassGO  
Figura 45: Perfil d'usuari de compassGO  
Figura 46: Menú d'usuari de compassGO  
Figura 47: Secció Plan my trip  
Figura 48: Secció de la ruta de viatge  
Figura 49: Secció d'informació general del destí  
Figura 50: Secció d'informació sobre llocs a visitar del destí  
Figura 51: Secció d'informació sobre llocs a visitar del destí  
Figura 52: Secció d'informació sobre llocs a visitar del destí  
Figura 53: Secció Live Now  
Figura 54: Secció Live Now. Galeria d'imatges  
Figura 55: Secció The best of users  
Figura 56: Icone de compassGO  
Figura 57: Càrrega de l'aplicació de compassGO  
Figura 58: Inici de sessió  
Figura 59: Registre  
Figura 60: Home de l'aplicació  
Figura 61: Menú fixe de l'aplicació  
Figura 62: About de compassGO  
Figura 63: Contact de compassGO  
Figura 64: Terms & Privacy de compassGO  
Figura 65: Help de compassGO  
Figura 66: Secció My trips  
Figura 67: Secció del viatge seleccionat  
Figura 68: Ruta del viatge  
Figura 69: Informació dels llocs a visitar  
Figura 70: Informació del destí  
Figura 71: Informació de transport  
Figura 72: Plànol ampliat  
Figura 73: Cerca de plànols  
Figura 74: Perfil d'usuari  
Figura 75: Edició del perfil d'usuari  
Figura 76: Plànols guardats  
Figura 77: Plànol modificable  
Figura 78: Enviar plànol  
Figura 79: Editar plànol  
Figura 80: Inici de sessió i registre al web  
Figura 81: Capçalera de la home  
Figura 82: Secció Plan my trip  
Figura 83: Secció Live Now  
Figura 84: Inici de sessió i registre de l'aplicació  
Figura 85: Secció My trips i del viatge seleccionat  
Figura 86: Home de compassGO

# ÍNDEX DE TAULES

Taula 1. Dates clau del Treball Final de Grau

Taula 2. Previsió de la inversió

Taula 3. Anàlisi DAFO

# INTRODUCCIÓ / PREFACI

Gràcies a Internet podem accedir a quantitats inimaginables d'informació. Gairebé tot allò que necessitem ho trobem a la xarxa, des de referències històriques de totes les cultures del món fins a l'equació matemàtica més complicada. Tot i així, tota aquesta quantitat d'informació moltes vegades ens supera i ens atrapa en un mar de lletres que no som capaços d'enllaçar.

En molts casos, cal una unificació de la informació per tal que els usuaris puguem accedir i trobar directament allò que busquem per estalviar-nos temps i energies. I és que, a quants enllaços hem de clicar per trobar la informació que necessitem? O, quantes pàgines hem de visitar de mitjana per poder fer-nos una idea global d'un tema?

Unificar la informació pot semblar una utopia i, en molts casos, ho és, però hi ha sectors i temàtiques que permeten i ens donen peu a intentar-ho. I és aquesta la finalitat del meu projecte, poder unificar informació i facilitar als usuaris la cerca i planificació dels seus viatges sense necessitat que hagin de visitar multitud de pàgines per saber on han d'anar i què han de visitar quan són fora.

A trets generals, es tracta de dissenyar un web que facilitarà als usuaris trobar i crear les rutes ideals dels seus viatges a partir dels seus interessos. És a dir, els usuaris podran introduir la informació tècnica del seu viatge com, per exemple, els dies totals que hi serà i en quins dies de la setmana cau el seu viatge; i quins són els seus interessos (visitar atraccions turístiques, la gastronomia local, els museus d'art, etc.). A partir d'aquesta recopilació d'informació, el web generarà la seva ruta i organització de viatge ideal indicant què ha de visitar cada dia segons les seves preferències i proximitat dels llocs, així com informació específica de totes les visites.

Actualment, existeix algun web que permet organitzar-te el teu viatge, però ho fa a trets generals, sense que els usuaris se'l puguin planificar a partir de les seves preferències i sense tenir en compte les millors combinacions de ruta. És per això que trobo interessant i necessari per experiència pròpia poder comptar amb un lloc que t'estalviï considerablement el temps invertit per a la planificació de qualsevol viatge.

El web, a més, es complementarà amb el disseny d'una aplicació complementària des de la qual els usuaris registrats podran descarregar-se les seves planificacions així com tota la informació i plànols del lloc, de manera que podran accedir-hi sense connexió siguin on siguin.

Així doncs, el propòsit principal és el de dissenyar un web que contingui el màxim d'informació possible de les ciutats més concorregudes per tal que els viatgers puguin trobar tot el que necessiten de manera ràpida i fiable sense necessitat de buscar en multitud de pàgines web i comparar-ne la fiabilitat amb d'altres. A més, facilitarà l'accés a la informació des de qualsevol dispositiu mòbil que tingui instal·lat l'aplicació sense necessitat de tenir connexió de dades, fet que els farà el viatge molt més còmode.

## 2 DESCRIPCIÓ / HIPÒTESI

Tot i que es pugui tenir una idea de les necessitats dels usuaris analitzant el que trobem actualment a la xarxa, moltes vegades la realitat individual dista molt d'una simple suposició. És per això que, a l'hora de crear un producte com aquest, cal comptar amb la participació de diferents tipus d'usuaris, ja siguin potencials o no, per saber de manera més detallada quines són les seves preferències i les raons per les quals utilitzarien un web o una aplicació així.

En molts casos, es creen plataformes suposant aquestes preferències i després fracassen perquè els usuaris no s'hi troben còmodes, i és per això que és important tenir-los en compte en tot el procés de vida del producte.

En el desenvolupament del projecte que ens ocupa, l'usuari hi estarà present des del primer moment, per poder analitzar realment quines són les seves necessitats i per saber exactament quins continguts cal publicar al web i a l'aplicació saben que aquests seran exitosos. A més, posteriorment, caldrà fer-los partícips de l'estructura i el disseny de les plataformes per tal de conèixer el grau d'usabilitat i de satisfacció del que estem creant. Seran, doncs, plataformes amb continguts i dissenys centrats en els usuaris.

Amb tot això, el projecte de final de grau consistirà en tot el desenvolupament previ fins arribar al disseny de les dues plataformes, incloent aspectes com la definició de la identitat gràfica i visual de la marca (naming, logotip, línies estètiques, etc.), la definició de l'arquitectura del web i de l'aplicació així com de la informació que inclourà, i tota la recerca de dades tècniques i recursos visuals.

# 3

## OBJECTIUS

Un dels objectius principals del projecte és el de desenvolupar una idea de web i d'aplicació des del seus inicis: des de l'arquitectura de la informació, la seva identitat, el seu disseny i la seva estructura, passant per la seva usabilitat i l'experiència d'usuari, sempre en base al mercat objectiu al que aniria dirigida. Es tracta doncs d'un treball complet que implicarà conèixer i desenvolupar tots els processos per al disseny d'un web i d'una aplicació, des que neix la idea fins que es desenvolupa tota la estructura i la seva identitat gràfica, així com el disseny final.

D'altra banda, si ens centrem en el concepte del projecte, els seus objectius principals, tal i com hem comentat, són els d'englobar la informació primordial que podem trobar a la xarxa per tal que els usuaris trobin tot el que necessiten pels seus viatges en un sol lloc que, a més, els proporcionarà una planificació adequada a les seves preferències.

### 3.1. PRINCIPALS

- Conèixer el desenvolupament i planificació d'un web des del seus inicis.
- Investigar les necessitats principals dels usuaris per adaptar el web.
- Dissenyar i estructurar el web incloent totes les seccions necessàries.
- Construir la versió en aplicació del web i aconseguir la millor adaptació.
- Assegurar una bona usabilitat i bona experiència d'usuari al públic objectiu.
- Crear una identitat gràfica d'una idea que parteix de zero.

### 3.2. SECUNDARIS

- Recopilar informació i filtrar-la per oferir així als usuaris la més rellevant.
- Documentació tècnica dels punts claus de les rutes.
- Recerca d'imatges per enriquir el disseny i adaptar-les per a tots els formats.

# 4

## CONTINGUTS

El contingut d'aquest projecte comprendrà tot el relacionat amb el desenvolupament del disseny d'una pàgina web i d'una aplicació. Des de la creació del concepte i definició de la identitat, fins al disseny visual de les dues plataformes al qual s'arriba creant l'arquitectura de contingut i els prototips.

Bàsicament, el procediment a seguir és el mateix en ambdues plataformes, el web i la aplicació, però en el cas que ens ocupa el contingut de cadascuna d'elles variarà lleugerament. Això és degut a que el web està pensat per a invertir-hi més estona i per trobar-hi més informació i, en canvi, l'aplicació està orientada principalment a utilitzar-se durant els viatges com a suport, és a dir, per tenir un accés ràpid a la informació que vulguis tenir a mà (plànols, anotacions, etc.).

En el següent document s'hi podrà trobar, en primer lloc, la informació i el desenvolupament a trets generals sobre la identitat del producte que volem crear. A continuació hi trobarem l'arquitectura del web i de l'aplicació, on podrem conèixer detalladament els continguts que inclouran les dues plataformes i com s'organitzaran. Tot seguit s'iniciarà el procés del disseny d'interacció i d'estructura amb la creació d'esbossos de baixa i alta fidelitat que donaran pas a la creació gràfica de les dues plataformes.

Passem ara a detallar el contingut que inclouran el web i l'aplicació. Veiem en primer lloc el contingut del web. Com ja s'ha explicat detalladament en els apartats anteriors, aquest espai està enfocat a què els viatgers puguin planificar els seus viatges de manera ràpida i eficaç. Així doncs, l'apartat principal servirà per introduir les dades dels seus viatges i seus interessos per obtenir les rutes i tota la informació necessària (plànols, transports, informació de la ciutat, consells, etc.). D'altra banda, el web inclourà una secció dedicada a descobrir llocs del món i esdeveniments interessants que succeeixin durant els dies propers, i permetrà als usuaris veure com altres viatgers ho viuen a través d'imatges i comentaris.

Finalment, s'inclourà una tercera secció principal on els usuaris podran dir la seva, és a dir, podran comentar sobre les seves rutes, sobre millores o canvis que van fer sobre la marxa, i podran proposar i recomanar les seves pròpies rutes. Aquest últim serà un espai principalment enfocat a la participació dels usuaris i a l'intercanvi d'informació.

A part de les tres seccions principals, els usuaris trobaran una secció on s'expliqui en què consisteix el web, una pàgina de contacte i, a més, tindran el seu propi espai. Un lloc on podran accedir a tota la informació que hagin anat guardant, podran veure i modificar el seu perfil, etc.

En segon lloc tractarem el contingut de l'aplicació. Com ja s'ha explicat, aquesta és més un complement que un espai independent, és a dir, que no tindria sentit sense el web. Serveix per a què els usuaris puguin tenir a mà tota la informació del seu viatge un cop estiguin allà. Sense necessitat de dur papers, ni apunts o, fins i tot, guies. Per accedir a l'aplicació caldrà que l'usuari estigui registrat i, un cop a dins, a part de poder connectar-se al seu perfil per trobar tota la seva informació guardada, trobarà una secció sobre els seus viatges. En aquesta secció hi trobarà l'històric de les seves rutes i podrà accedir a la informació sense necessitat de tenir connexió ja que aquesta ja s'haurà descarregat prèviament (plànols, rutes, preus de llocs turístics, horaris, etc.). D'altra banda, hi podrà trobar una secció, igual que en el web, per planificar el seu viatge. En aquest cas, però, sí que caldrà que disposi de connexió a Internet.

Finalment hi podrà trobar una tercera secció enfocada únicament a la descàrrega de plànols. Aquests no inclouran les rutes ni els llocs més recomanats, sinó que seran simplement plànols que per trobar-los caldrà tenir connexió, però un cop descarregats els podran consultar en qualsevol moment tinguin o no tinguin Internet. És una secció que pretén substituir les feixugues guies de paper i que, a més, permetrà als usuaris fer les seves pròpies marques i anotacions.

# 5

## METODOLOGIA

La creació de qualsevol producte, ja sigui nou o ja s'hagi inventat anteriorment, implica la construcció d'una estètica, una imatge que l'identificarà i unes línies gràfiques ben definides que seran la pauta de tot el que es crearà posteriorment al voltant d'aquest producte. Per trobar l'estètica més adient, ens hem de fixar sempre en el públic objectiu al qual ens dirigim, en la temàtica del concepte i quina imatge volem transmetre (serietat, diversió, elegància, etc.).

Així doncs, el primer que inclou aquest projecte és la creació d'una identitat pel nostre producte: una pàgina web de viatges on els usuaris poden trobar les millors rutes pels seus viatges i tota la informació necessària per a complementar-lo. Un cop definim el nostre públic objectiu i la imatge que volem transmetre, creem un naming, el seu logotip i les línies gràfiques generals.

A continuació hem de definir què volem incloure en el nostre projecte, és a dir, quina informació volem que aparegui, quines seccions i què inclourà cadascuna, com interactuaran els usuaris i quines característiques del web s'inclouen a l'aplicació o quines es creen de noves. Amb tot això, i a través de la creació d'un esquema i/o mapa conceptual, podem construir l'arquitectura del nostre web i de la nostra aplicació.

Aquesta és una de les parts més importants del desenvolupament del projecte ja que amb ella en marquen les seves bases i és la nostra guia fins a finalitzar-ne el disseny. A més, és la fase que inclou la recerca i documentació d'altres webs i aplicacions que ofereixen serveis similars al nostre, d'aquesta manera podem veure què inclouen al web, com ho fan i aprendre del seu èxit o fracàs.



Tot seguit cal fer-ne els wireframes, és a dir els esquemes de pàgines, tant del web com de l'aplicació. D'aquesta manera obtenim una guia visual amb la que representem l'esquelet i l'estructura visual del web, i ens permet ordenar el contingut web establert anteriorment en l'esquema de la seva arquitectura.

Els wireframes inclouen tots els elements de la interfície, així com els sistemes de navegació i el funcionament global, i en deixa de banda la resta d'elements estètics com les tipografies o els colors.

És, per tant, la manera de veure la funcionalitat del web i de l'aplicació, així com el comportament dels elements i la jerarquia dels continguts.

Un cop finalitzats, s'ha decidit fer el primer anàlisi d'usabilitat. En un primer moment, l'anàlisi estava previst un cop fet el disseny visual del web, però tenint en compte el temps i les possibles millores que es podrien fer a partir dels wireframes, s'ha decidit fer-ho prèviament. Fer un anàlisi dels wireframes ha permès passar a la següent fase amb un conjunt de millores que han estalviat temps i que han fet la visualització i l'estructura del web molt més navegable i intuïtiva.

Finalment iniciem la fase de disseny visual del web i, posteriorment de l'aplicació. A partir dels prototips creats anteriorment i les millores proposades, dissenyem els dos formats seguint les bases d'identitat gràfica que hem creat inicialment. D'aquesta manera obtenim els productes finals del projecte que sotmetem a les proves d'usabilitat amb diferents usuaris.

Durant tot el procés i els diferents terminis d'entrega s'han anat revisant i modificant aquells apartats ja desenvolupats però que han variat en el temps. És usual que des que neix la idea d'un projecte fins la seva concepció final hi hagi moltes diferències i és important tenir-ho present ja que a mida que s'investiga i es crea es poden millorar moltes idees que potser, en un primer moment, estaven poc madures.

En el cas que ens ocupa, per exemple, s'ha ampliat la part d'investigació i no només ens hem basat en l'enquesta sinó que, posteriorment, gràcies a les dades recollides, s'han realitzat entrevistes personals a diferents perfils d'usuaris potencials per a poder centrar-nos en els seus interessos i en el que esperen trobar en el nostre web.

D'altra banda, també s'ha ampliat l'anàlisi del mercat introduint informació sobre la nostra competència directa per saber què fan i com ho hem de fer nosaltres per a no trepitjar-nos els uns als altres.

Una de les variacions més importants del projecte s'ha produït en el disseny de l'arquitectura de l'aplicació. En una primera versió, l'aplicació recollia moltes de les funcionalitats que també incloïa el web, però posteriorment i coneixent les necessitats dels usuaris, s'han reduït les seves prestacions i a passat a ser, principalment, una aplicació de consulta de dades. És a dir, els usuaris treballaran principalment al web ja que l'aplicació està pensada pel seu ús durant el viatge. Finalment, i tal i com s'ha comentat, en la última fase de desenvolupament del projecte s'ha decidit avançar l'avaluació de la usabilitat per tal de fer el disseny sobre unes millores i unes bases més sòlides.

# 6 PLANIFICACIÓ

El Treball de Final de Grau estarà dividit en diferents fases:

Disseny conceptual  
Recollida d'informació a partir d'una enquesta  
Disseny de la identitat gràfica  
Disseny de l'arquitectura de la informació  
Disseny de prototips  
Disseny del web i de l'aplicació  
Proves d'usabilitat  
Modificacions en base a les proves d'usabilitat  
Entrega

## 6.1. DATES CLAU

Les dates clau del projecte queden definides a continuació i estan marcades, principalment, per les entregues de cadascun dels documents de les proves d'avaluació continuada:

DOCUMENT	DATA	DESCRIPCIÓ
PAC 1	28/09/2015	Definició del projecte i de la pauta de treball.
PAC 2	26/10/2015	Disseny identitat gràfica i arquitectura de la inf.
PAC 3	30/11/2015	Disseny de prototips i disseny web.
PAC Final	11/01/2015	Disseny app i lliurament de la memòria.

Taula 1. Dates clau del Treball Final de Grau

## 6.2. DIAGRAMA DE GANTT

Utilitzem el Diagrama de Gantt com a eina per a la planificació global de tot el projecte. En l'enllaç següent podem veure quines seran les activitats que s'han de realitzar així com el període de temps assignat per a la resolució de cadascuna. Gràcies a aquest tipus de diagrama podem veure de manera completa com està planificat el projecte i si calen aplicar canvis de calendarització per a un millor desenvolupament de les tasques a realitzar:

<https://www.dropbox.com/s/4s5oq7jfi7zf85u/ProjecteFinalGrau2.png?dl=0>

# 7

## PROCÉS DE TREBALL

El procés de desenvolupament d'aquest treball es marca a partir de les pautes dels lliuraments d'avaluació continuada sempre tenint en compte el procés real de creació d'un web i d'una aplicació. És a dir, es van completant els diferents apartats d'aquesta memòria a mida que es vagi avançant, de tal manera que es comença per la part d'investigació i continguts del web i, les últimes entregues es completen amb el disseny de les dues plataformes.

Així doncs, el primer pas és tenir clara la idea conceptual del projecte per poder crear una enquesta ajustada i que permeti extreure dades reals dels usuaris. Un cop tenim aquestes dades, creem i construïm persones, és a dir, perfils d'usuaris potencials d'utilitzar el web i als quals ens dirigirem a l'hora de crear-lo. Paral·lelament a aquest procés, es desenvolupa a trets generals la identitat gràfica. Diem a trets generals ja que crear la identitat d'un producte podria ocupar tot un treball sencer només dedicat a això, però en aquest cas ens volem centrar en el disseny interactiu i multimèdia de les plataformes.

A continuació, un cop analitzats els resultats de les enquestes cal definir quins són els continguts principals tant del web com de l'aplicació per poder desenvolupar l'arquitectura web dels dos espais dels que disposarà el treball.

A partir de la definició de les arquitectures, s'inicia la creació dels wireframes, en primer lloc de baixa qualitat a partir d'esbossos per, a continuació, fer els prototips reals i ben definits a partir d'alguna aplicació web destinada a aquets tipus de treballs.

Finalment, i un cop definits i tancats els punts anteriors, s'inicia la fase de disseny en la qual s'acaben de definir aspectes relacionats amb la identitat gràfica com, per exemple, els colors corporatius, i en la que es comencen a crear visualment tots els apartats tant del web com de l'aplicació.

Cal tenir en compte que, un cop finalitzats els wireframes, és a dir, el disseny de l'estructura, s'han realitzat proves d'usabilitat amb un avaluador per tal de veure quins són els encerts i els errors que s'estan cometent i poder fer les modificacions necessàries a temps.

El desenvolupament del treball però, no acaba aquí, sinó que el projecte és quelcom que es troba en evolució constant i que permet i accepta modificacions a mida que avança la investigació.

Durant el procés de treball s'utilitza molt programari que ens ajuda a desenvolupar moltes de les parts del projecte, sobretot aquelles més creatives. Ens servim de webs que permeten construir wireframes de manera clara i senzilla, i d'altres programes destinats al disseny que permeten fer proves i modificacions a temps real.

# 8

## PLATAFORMES DE DESENVOLUPAMENT

Per aquest projecte s'han utilitzat diferents plataformes i programes que han permès la correcte desenvolupament de cadascuna de les parts i que podem dividir entre software i hardware. Veiem a continuació cadascun dels programes utilitzats:

### 8.1. SOFTWARE

Per a desenvolupar bona part del projecte s'ha utilitzat programari d'Adobe:

- Adobe Illustrator: Editor de gràfics vectorials d'Adobe Systems. Utilitzat per a desenvolupar la identitat gràfica, l'arquitectura web i el disseny del web i de l'aplicació.
- Adobe Indesign: Programa d'Adobe Systems per a la composició digital de pàgines dirigit a maquetadors professionals. Aplicació utilitzada per a la maquetació de la memòria del projecte.
- Microsoft Word: Processador de textos d'Office. Programa utilitzat per a la edició i correcció dels textos de la memòria del projecte.
- Invisionapp: Aplicació online per a la creació de prototips de web i d'aplicacions. Pensat per a la edició d'aquests prototips de manera col·laborativa.
- Utilitzat per a comprovar la correcta interacció dels elements del projecte.
- Mockflow: Eina online per a la creació de wireframes i pàgines web. Utilitzat per a la creació dels wireframes del projecte.
- Ganttter: Aplicació online gratuïta destinada a la planificació de projectes empresarials. S'ha utilitzat per a la planificació de les fases del projecte.
- Survey Monkey: Programa online que permet als usuaris la creació d'enquestes en línia. Utilitzat per a la creació i enviament de l'enquesta que ha permès el procés d'investigació.

### 8.2. HARDWARE

El desenvolupament del projecte s'ha dut a terme des de diferents equips:

iMac (Retina 5K, 27 pulgades, finals de 2015)

Procesador: 3,3 GHz Intel Core i5

Memòria: 16GB 1867 MHz DDR3

Gràfics: AMD Raedon R9 M395 2048 MB

MSI (Windows 10 Pro)

Procesador: Intel(R) Core™ i7-5700HQ CPU @ 2.70 GHz

Memòria: 8GB

Sistema: Sistema operatiu de 64 bits

# ANÀLISI DE MERCAT

## 9.1. ARREU DEL MÓN

L'Organització Mundial del Turisme (OMT) preveu que el turisme internacional segueixi creixent a una taxa anual del 4%. Durant les últimes sis dècades el turisme ha experimentat una expansió contínua i diversificada, convertint-se en un dels sectors econòmics més grans i de més ràpid creixement a tot el món, i obrint nous destins que han començat a agafar pes com a principals destins turístics, a part de les sempre demandades Europa i Amèrica del Nord. Així doncs, la tendència del turisme mundial ha experimentat un creixement pràcticament ininterromput.

## 9.2. A ESCALA EUROPEA

Segons TOURISMLink, el turisme genera més del 5% del PIB de la Unió Europea. Una gran part del turisme europeu és turisme "intern", és a dir, que el 84% de les arribades als països europeus són d'altres ciutadans de la UE.

La indústria del turisme s'ha convertit, en els últims anys, en una indústria basada en la informació i recolzada amb les TIC (Tecnologies de la Informació i de la Comunicació). Com a conseqüència d'això, el mercat del turisme online (eTourism) segueix creixent i ja representa un component important en el mercat del turisme mundial comptant a Europa amb un 36% total de les ventes en la indústria de viatges. Entenem per eTourism tot el relacionat amb el turisme en el món online i de les tecnologies com, per exemple, la compra de trajectes per internet o la reserva d'allotjament a través de diferents webs, i molts d'altres aspectes que cada vegada més els turistes es gestionen ells mateixos de manera online i independent.

El turisme comprèn una àmplia varietat de productes i destins que involucren a molts actors diferents, tant públics com privats. El sector dels tours i activitats va en augment i les principals agències que trobem en línia estan invertint en desenvolupar-la. Europa és un gran mercat per oferir excursions i activitats però, tot i així, només un petit segment dels viatgers reserva aquest tipus de productes online. Tot i l'augment del eTourism, una investigació de PhocusWright mostra que dos de cada tres viatgers actius fan les seves compres a través d'Internet, però que menys del 25% reserva activitats o excursions en línia.

## 9.3. DIMENSIONS DEL MERCAT EUROPEU

Segons uns estudi sobre esdeveniments, atraccions i activitats turístiques a Alemanya, Regne Unit, França, Itàlia i Espanya realitzat per CityDiscovery, els viatgers europeus gasten fins a 37 mil milions d'euros en activitats, atraccions i tours turístics. Tot i així, menys d'un de cada quatre d'aquests euros (23%) s'obté de reserves en línia, mentre que la resta es reserva a través d'operadors turístics, hotels, agències, etc.

En termes tecnològics, cal destacar que els proveïdors d'activitats són minoritaris i tenen poca presència en la xarxa, de manera que utilitzen poc les tecnologies i s'hi gasten molt pocs diners en ella.

En molts d'aquests casos, són els propis viatgers els que decideixen planificar-se els seus viatges i els seus tours en base a les seves preferències i al que volen veure o visitar. Actualment els tours personalitzats i individuals tenen molt poca presència i, en la majoria dels casos, tenen costos molt elevats, fet contraproduent pel turisme lowcost que existeix actualment.

## **9.4. SEGMENTACIÓ DE MERCAT**

Segons l'informe de Travel Market (2014) i en termes de segmentació d'acord amb l'edat dels viatgers, hi ha un gran impacte sobre la generació del mil·lenni (dels 18 als 30 anys). Aquest segment està prenent una gran importància i

creixement en la indústria dels viatgers. Són un tipus de mercat ètnicament molt divers d'altres generacions anteriors, i estan molt interessants en els viatges internacionals, principalment a localitats urbanes. A més, aquest tipus de mercat són més propers a viatjar buscant els seus interessos o activitats preferides.

D'altra banda, les persones grans són un altre segment de mercat en augment. S'estima que aquest tipus de grup comprèn entre 1,3 milions a 1,6 milions de persones arreu del món. En aquest cas, el servei al client és crucial per la tercera edat ja que, no només són el grup més ric del món, sinó que a més són els més exigents a l'hora de viatjar.

## **9.5. ANÀLISI DE NEGOCI**

Tot i que les vacances planificades no han deixat de ser populars entre els consumidors gràcies a que ofereixen viatges complerts a preus tancats, la majoria dels consumidors reserven les seves vacances en línia en lloc de fer-ho a través d'agències tradicionals.

El món web ha revolucionat la indústria dels viatges en les últimes dècades, i ara la majoria dels consumidors opten per la investigació i la compra de viatges en línia (eTourism).

Segons les dades de l'enquesta feta per Kantar Media sobre el Target Group Index (TGI), Internet és la font més popular d'informació per els turistes que prenen les seves decisions a partir de la informació trobada a la xarxa.

La popularitat i la facilitat que proporciona la planificació i la compra en línia ha fet que grans gents i operadors de viatges líders del mercat estiguin canviant la forma d'oferir serveix cap a un model més centrat en els webs.

A més, la proliferació de dispositius mòbils connectats a Internet com les tauletes o els telèfons intel·ligents han facilitat encara més aquesta migració dels consumidors cap a les plataformes en línia ja que poden accedir a la informació des de qualsevol lloc i en qualsevol moment.

La proliferació de consumidors que avui en dia es basen en el coneixement previ dels seus destins a l'hora de fer reserves ha augmentat en els últims anys, passant del 8,3% en el 2010 al 15,6% al 2013 segons dades publicades pel TGI. I ho demostra la creació de llocs webs com TripAdvisor o Couchsurfing.org, que han augmentat la seva participació en el mercat de manera significativa en els últims anys, sent probable que continuïn sent populars entre el públic viatger que, cada vegada més, és més expert en Internet.

Veiem a continuació un gràfic de l'Organització Mundial del Turisme sobre la projecció dels turistes internacionals per continent a l'any 2030, fet que demostra que cada vegada més hi ha més persones interessades en viatjar i com Internet cada vegada anirà agafant molt més protagonisme.

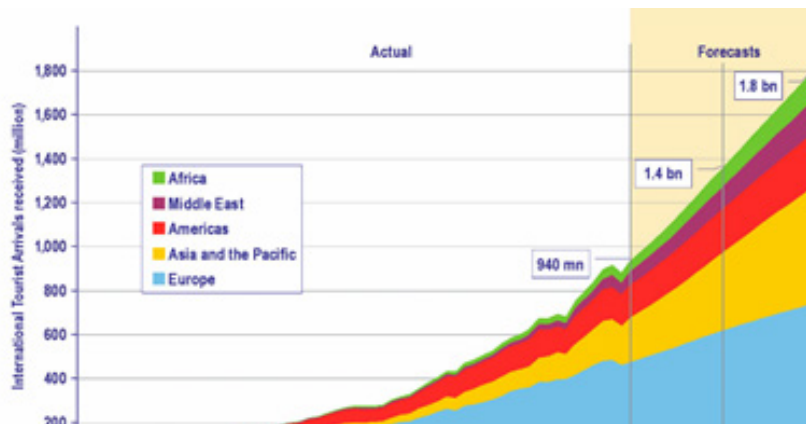


Figura 1. Gràfic de l'evolució del turisme. Font: UNWTO

## 9.6. COMPETÈNCIA O PRODUCTES SIMILARS

Actualment no existeix una pàgina web o aplicació amb les prestacions que aquest projecte vol oferir als usuaris. Tot i així, es poden trobar opcions similars que, el que fan, és oferir als usuaris informació sobre la ciutat que visitaran així com quins són els llocs més turístics i li permeten crear-se ells mateixos la seva ruta. Un exemple el trobem en el web [www.tripomatic.com](http://www.tripomatic.com) en el que un cop introduïdes les dades del teu viatge t'identifica els punts d'interès de les ciutats, t'ofereix informació sobre la contractació de tours, hotels o mapes. Aquesta és una bona pàgina d'exemple ja que, a més, disposen d'informació de moltes ciutats.

També es pot destacar el web [www.travellerspoint.com](http://www.travellerspoint.com) que permet als usuaris, un cop es creen un compte, planificar els seus viatges introduint la informació del què faran. El web permet que els usuaris puguin recollir tota la informació de la que disposen i unir-la per veure clarament les seves rutes.

D'altra banda, i enfocant-nos ara en les aplicacions, en trobem una amb prestacions similars a les de la nostra: City Maps 2 Go. Aquesta aplicació permet als usuaris descarregar-se els plànols de les ciutats, marcar i fer anotacions, i disposar-ne d'ells encara que no tinguin connexió a Internet un cop estan en el seu destí. L'aplicació ja compta amb més d'un milió de descàrregues.

Així doncs, veiem que els usuaris disposen d'alternatives web i d'aplicació per a organitzar els seus viatges, tot i així el nostre projecte millora, amplia i innova en algunes de les prestacions que oferim als usuaris i que altres pàgines no tenen. CompassGo permet els usuaris obtenir les seves rutes sense que ells no hagin de fer res més que introduir les seves preferències. Evidentment, aquestes rutes que se li proposen, poden ser modificables per a què puguin aconseguir el seu viatge ideal. A més, el fet de disposar d'un compte personal on guardar totes les seves dades els permet que a part de tenir els plànols a disposició sense connexió igual que l'aplicació que hem vist, puguin consultar les seves guies de viatge i les rutes que s'havien creat des de la pàgina web.

# 10 INVESTIGACIÓ

## 10.1. RECOLLIDA DE DADES

Per tal d'iniciar la definició definitiva del projecte, s'ha realitzat una enquesta a diferents tipus d'usuaris per investigar i conèixer quines són les seves necessitats a l'hora de preparar un viatge i a l'hora de cercar informació.

Es pot veure l'enquesta a través d'aquest enllaç: <https://es.surveymonkey.com/r/VDMH2B6>

En aquest cas hem comptat amb la participació de 56 usuaris, dels quals un 73% es troben dins del perfil d'usuari potencial del nostre producte, és a dir, entre els 18 i els 45 anys.

Gairebé un terç dels enquestats fan servir sempre Internet per a reservar els seus viatges, principalment el transport (bitllets d'avió, de tren, etc.) i l'allotjament. Pel que fa a la reserva d'activitats i tours, no està tan generalitzada, i ho fan menys de la meitat dels enquestats.

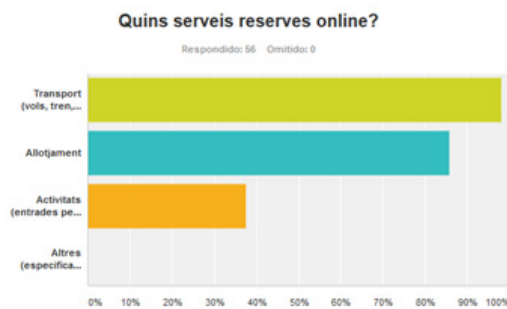


Figura 2. Resultats de l'enquesta sobre viatges

D'altra banda, i centrant-nos en la planificació dels viatges, la majoria dels usuaris es preparen les seves rutes abans d'arribar al destí per aprofitar al màxim el temps, i ho fan per Internet. Tot i així, hi ha gairebé un quart dels usuaris que prefereixen improvisar un cop allà. La principal raó que fa als usuaris no utilitzar la xarxa és la massificació d'informació i les dificultats que això comporta a l'hora de trobar el que realment els interessa.

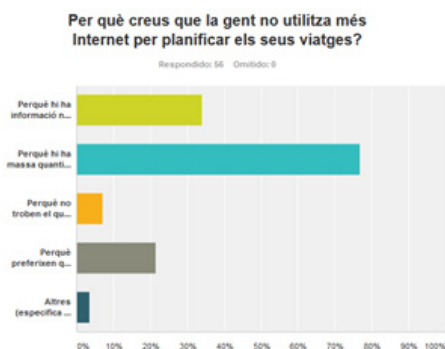


Figura 3. Resultats de l'enquesta sobre viatges

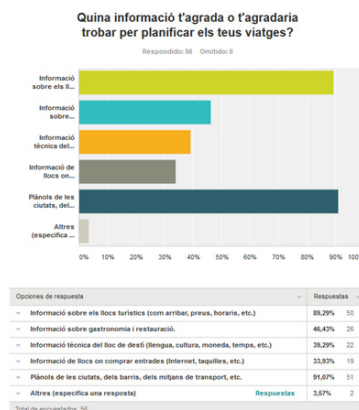


Figura 4. Resultats de l'enquesta sobre viatges



Finalment, centrant-nos en el que els usuaris voldrien trobar en una pàgina web que els ajudés a planificar els seus viatges, trobem que la gran majoria voldrien trobar els plànols de les ciutats i dels mitjans de transport, i informació sobre els llocs turístics com, per exemple, preus, horaris, com arribar, etc. I ja per acabar, pel que fa a l'aplicació, més d'un 85% dels usuaris se la descarregarien si en ella poguessin disposar de la informació del viatge, però d'aquests, un 15% només ho faria si es pogués utilitzar sense wifi.

## **10.2. DISSENY DE PERSONES**

Un cop analitzades les dades de l'enquesta ja podem començar amb el disseny de persones, és a dir, amb la investigació i l'aprofundiment en un tipus de perfil d'usuari en concret en el qual posteriorment ens basarem en el disseny, construcció i creació de continguts en el nostre projecte.

Aquest tipus de pràctica ens serveix per a centrar-nos en un tipus d'usuari potencial i poder focalitzar tot el relacionat amb el desenvolupament de la pàgina web i l'aplicació.

Per poder dissenyar a aquestes persones s'han realitzat entrevistes personals per conèixer els seus interessos relacionats amb el projecte, els seus coneixements tecnològics i la seva situació actual.

Quan ens centrem en un o uns usuaris en concret, el més important és conèixer quins són els seus objectius en vers al producte, quines són les seves motivacions d'ús i, sobretot, quines són les seves expectatives. Això ens permet no només crear, sinó crear per algú real i amb determinades necessitats.

Les entrevistes realitzades no estan pensades per conèixer la vida dels usuaris i les seves aficions. Les entrevistes estan enfocades a conèixer el que fan als usuaris, el que els desmotiva i el que els fa feliços, sempre relacionat amb el projecte i el seu context. És una manera, doncs, d'identificar conductes i patrons que posteriorment s'utilitzaran per millorar la funcionalitat, el disseny, la navegació i el contingut del nostre producte.

A continuació, veiem el resum esquemàtic d'aquestes entrevistes:

# SERGI



## Característiques dels seus viatges

TURISME

ACTIVITATS  
CONTRACTADES

VIATGES  
CURTS

BAIX  
PRESSUPOST

## Actituds

### Edat

27

### Estat civil

Solter amb parella

### Ocupació

Enginyer

### Residència

Barcelona

### Perfil

Proactiu

### Aficions

Esports i tecnologia

### Freqüència de viatge

1 o 2 vegades per any

### Experiència amb les noves tecnologies



### Ús de noves tecnologies i aplicacions



## Objectius

Trobar informació de manera ràpida i sense haver de comparar amb altres webs.

Conèixer millor el destí i saber si tindrà prou temps per veure-ho tot.

## Motivacions

Estalviar temps.

Trobar tota la informació de manera ordenada i unificada.

## Expectatives

Obtenir informació 100% fiable.

Tenir un lloc ràpid i intuïtiu.

## Personalitat

Persona amb moltes inquietuts.

Amb ganes d'experimentar.

Molt actiu tant físic com mental.

Sempre al dia de novetats.

*"M'agrada planificar els meus viatges i saber que hi trobaré"  
"Hi ha tanta informació a Internet que a vegades és impossible saber cap a on tirar"*

Figura 5. Entrevista. Arquetip número 1

# CRISTINA



## Característiques dels seus viatges



## Actituds

### Edat

33

### Estat civil

Solter amb parella

### Ocupació

Responsable de comunicació digital

### Residència

Londres

### Perfil

Proactiu

### Aficions

Bicicleta, cinema i viatges

### Freqüència de viatge

Sovint

### Experiència amb les noves tecnologies



### Ús de noves tecnologies i aplicacions



## Objectius

Cerca d'informació de manera ràpida.

Menys saturació i duplicitat de continguts.

## Motivacions

Estalvi de temps en la preparació del viatge.

Tenir a mà la informació un cop arribada al destí.

## Expectatives

Trobar tota la informació necessària.

Web i aplicació fàcil d'utilitzar.

## Personalitat

Persona molt activa.

Persona molt emprenedora.

Sempre pendent de tots els detalls.

*"M'agrada viatjar i conèixer a la gent local per introduir-me més en la seva cultura"  
"En moltes ocasions improviso i canvio els plans durant els viatges"*

Figura 6. Entrevista. Arquetip número 2

# ELISABETH



## Característiques dels seus viatges



## Actituds

### Edat

40

### Estat civil

Casada i amb un fill

### Ocupació

Comptable

### Residència

Barcelona

### Perfil

Actiu

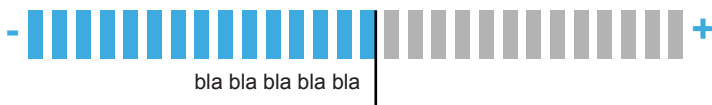
### Aficions

Gastronomia,  
escapades i oci

### Freqüència de viatge

Abans sovint, però ara poc

### Experiència amb les noves tecnologies



### Ús de noves tecnologies i aplicacions



## Objectius

Buscar informació per planificar el viatge.

Conèixer el destí abans d'arribar-hi

## Motivacions

Estalvi de temps.

Conèixer les opinions d'altres usuaris.

## Expectatives

Que sigui fàcil d'utilitzar.

Trobar la informació necessària pels seus tipus de viatges.

## Personalitat

Persona molt metòdica.

Esperit jove.

Ho pensa molt tot abans d'actuar.

*“Quan viatjava acostumava a fer-ho a través d'agències de viatges. Era més còmode”  
“No sé si m'acostumaria a utilitzar una aplicació mentre estic de turisme, sor més de guia”*

Figura 7. Entrevista. Arquetip número 3

# 11

## USABILITAT

La usabilitat és un concepte que actualment està molt en ús, principalment en el sector digital, ja que fa referència a la facilitat amb la que les persones o usuaris utilitzen un producte en més o menys èxit. Parlem de bona usabilitat quan els consumidors poden resoldre sense entrebancs les accions que volen dur a terme com, per exemple, quan un usuari vol accedir al formulari de contacte d'un web de manera ràpida i eficaç.

Així doncs, cal tenir sempre en compte que treballem i construïm pels usuaris i que hem de tenir present quin serà el seu possible comportament en el nostre entorn digital per tal de posar-li el més fàcil possible.

Tot i que ara ens centrem en la usabilitat en entorns digitals, el concepte es pot aplicar a qualsevol aspecte de la vida quotidiana ja que fa referència a la facilitat d'ús els productes.

Jacob Nielsen, expert en usabilitat, va definir els criteris per mesurar el nivell d'usabilitat:

- Facilitat d'aprenentatge
- Eficiència d'ús
- Facilitat de memorització
- Errors
- Satisfacció

Tot i així, cal tenir present que no tots els usuaris tenen el mateix nivell de coneixement i que el context d'ús del producte pot variar considerablement depenent de l'entorn en què es trobi.

Per assegurar que CompassGo respecta els criteris d'usabilitat i ofereix una bona eficiència d'ús als usuaris, caldrà realitzar un conjunt de proves prèvies al llançament del producte per veure si aquest funciona i, en cas de què no ho faci, saber quins aspectes cal millorar. Per aconseguir millors resultats en aquests proves, caldrà disposar d'usuaris amb diferents característiques i diferents nivells de coneixement, ja que hem de tenir en compte el màxim ventall de possibles clients.

## 11.1. FORMES D'INTERACCIÓ I NAVEGACIÓ DE COMPASSGO

El web està pensat per a què la interacció dels usuaris, tant amb el web com amb l'aplicació, sigui fàcil, ràpida i intuïtiva.

### Menús

Per aquesta raó des de qualsevol de les pàgines els usuaris poden accedir a totes les seccions actives, en aquest cas tres pel web i dues per l'aplicació.

Sempre que els usuaris estiguin registrats, tindran un accés als diferents apartats:

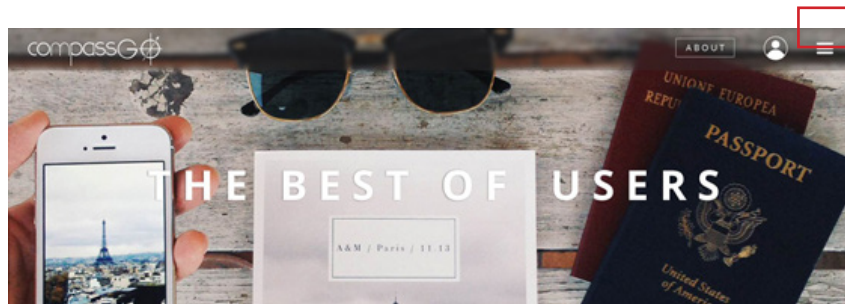


Figura 8. Captura de la secció The best of users

I en cas que no estiguin registrats, també hi podran accedir, tant a través del peu de pàgina on apareix el sitemap del web, com al final de secció:

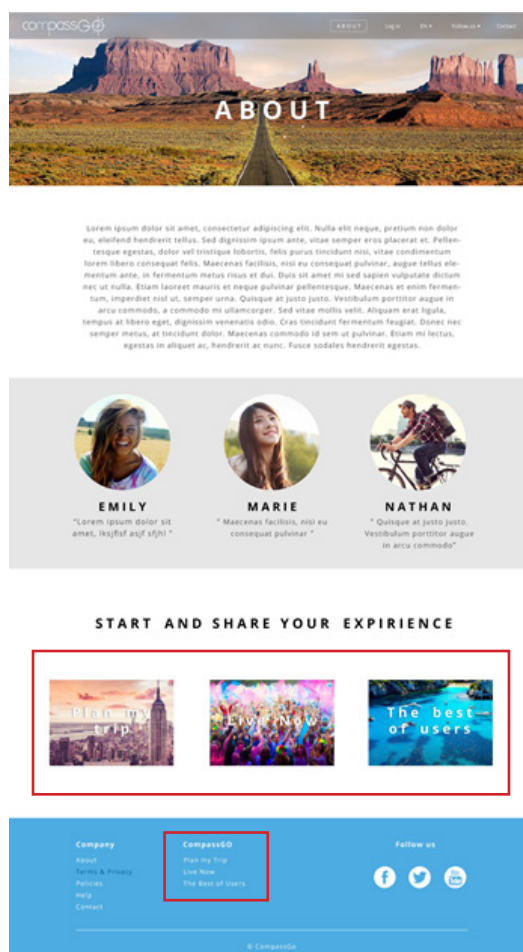


Figura 9. Captura de la secció About

Pel que fa a l'aplicació també succeeix el mateix. Els usuaris sempre tenen actiu, des de qualsevol dels apartats, l'accés al menú emergent des del qual poden accedir a totes i cadascuna de les seccions del web. A més, i tal i com veiem en la segona captura de l'aplicació, també poden desfer les seves accions un cop estan dins de les opcions que proporciona cada secció.

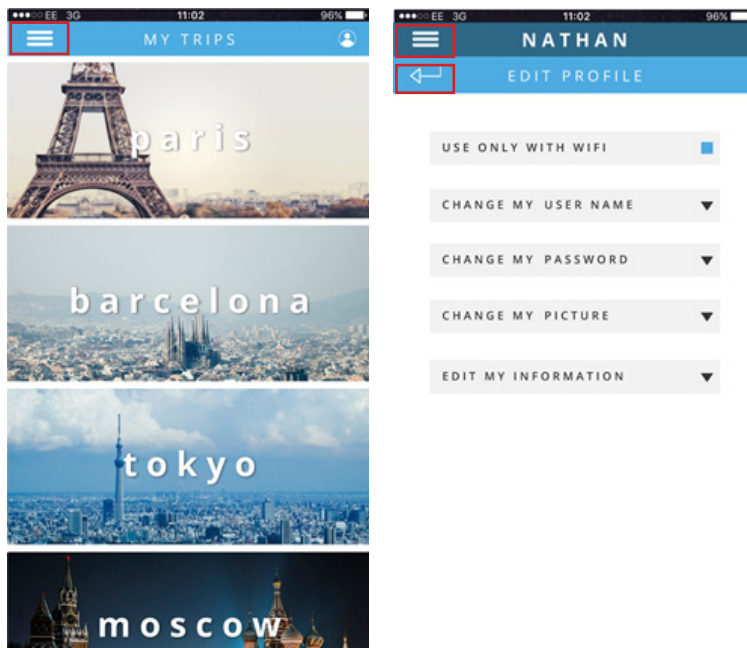


Figura 10. Captura de les seccions de l'aplicació My maps i Edit profile

És important tenir en compte que, gràcies a aquests accessos directes des de qualsevol apartat així com la possibilitat de desfer les accions realitzades a l'aplicació sense haver de dependre dels botons del dispositiu, són molt importants a l'hora de fer més fàcil la navegació, sobretot, a aquells usuaris menys experimentats i que necessiten opcions clares i eficaces per navegar a través de les diferents seccions.

### Retroalimentació

D'altra banda, sempre que un enllaç ja hagi estat visitat, el color d'aquest canviarà per tal d'indicar als usuaris que en aquella pàgina ja hi ha estat, és a dir, sempre hi haurà una retroalimentació en la navegació. D'aquesta manera evitem que hagi de pensar i recordar quines seccions són les que ha visitat:

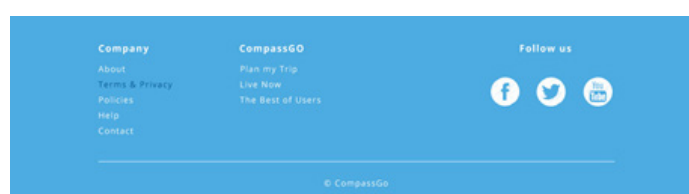


Figura 11. Captura del peu de pàgina

Aquesta retroalimentació la trobem també en aquells apartats on apareixen galeries d'imatges, ja sigui perquè és una galeria o perquè és un accés a alguna subcategoria de la secció. En aquest cas, i pel que fa al web, sempre que l'usuari passi el mouse per sobre la visualització de la imatge es modificarà per fer-li entendre que és un enllaç i que es pot clicar:



Figura 12. Captura del contingut de The best of users

### Botons i enllaços

Un altre aspecte que facilita la navegació i la visualització del sistema és l'ús de colors. Com que s'utilitzen moltes imatges, es va decidir que només s'utilitzarien dos colors, el blau corporatiu i un gris clar per diferenciar alguns apartats. Això permet donar màxima prioritat a les imatges que són el més important tractant-se d'un web sobre viatges i mantenir cer equilibri entre els colors generals.

Aquesta pràctica també s'aplica en els botons, de manera que els colors principals són el blau i el gris i, en algun cas com, per exemple, en la descàrrega d'algun arxiu, són blancs:

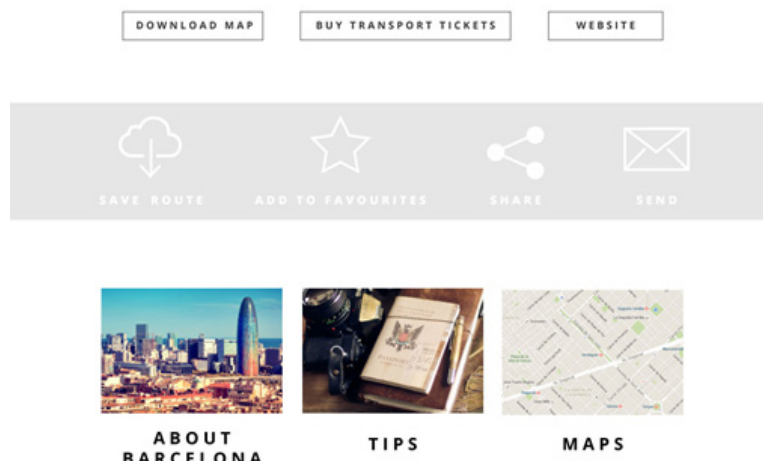


Figura 13. Captura del contingut de My trip



## Navegació entre pàgines

Una de les coses més clares que teníem a l'hora de dissenyar l'estructura del web era que no hi hagués un excés de pàgines. Sí que és veritat que el web disposa de moltes subcategories per navegar com, per exemple, a les rutes, on els usuaris poden accedir al a ruta per dies, al a informació sobre els llocs, a les opcions de la informació sobre “com arribar” o els horaris, etc.

Per tal de fer una navegació més senzilla, hi ha seccions en les que es proposa no canviar de pàgina quan s'accedeix a diferents apartats, d'aquesta manera hi ha menys possibilitats que usuaris poc experimentats es perdin.

Veiem doncs, en l'exemple, com en una secció de la pàgina sobre la informació dels llocs a visitar, hi ha un submenú que incorpora quatre apartats als quals es pot accedir des del mateix lloc només clicant en les seves opcions:

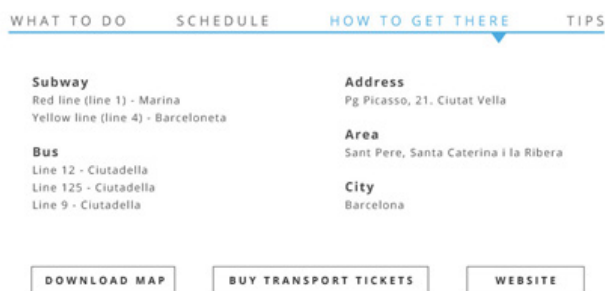


Figura 14. Captura del contingut de My Trip

## Peu de pàgina

El peu de pàgina és sempre un apartat molt important a tenir en compte ja que és on normalment els usuaris poden localitzar tota la informació del web d'un simple com d'ull. En el nostre cas, el peu de pàgina és el mateix per totes i cadascuna de les seccions de compassGO i els usuaris poden accedir a qualsevol apartat que inclou el sistema.

En pàgines molt complexes és més habitual incloure les seccions més destacades i un sitemap des del qual s'hi pot visualitzar tota l'estructura i totes les pàgines del web. En el nostre cas, al tractar-se d'un sistema bastant senzill amb només tres seccions destacades i seccions sobre informació general del web, s'ha cregut convenient facilitar la navegació incloent tot el sitemap al peu de pàgina. D'aquesta manera els usuaris estalvien pàgines i navegació, i ho tenen tot a mà:

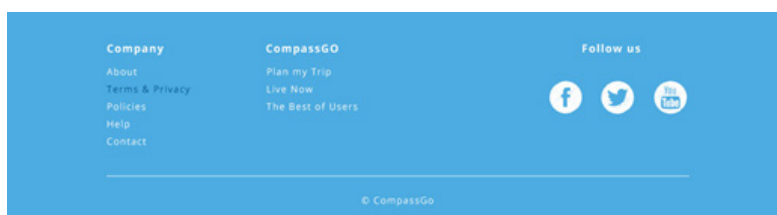


Figura 15. Captura del peu de pàgina

# 12

## DISSENY CENTRAT EN L'USUARI

El disseny d'un producte centrat en l'usuari és un procés de desenvolupament del disseny tenint en compte, en totes les fases del projecte, les necessitats dels usuaris en l'ús final de les interfícies creades. Es tracta doncs d'investigar, analitzar i avaluar les característiques dels usuaris i tenir-les en el procés de disseny.

Aquest model de treball aconsegueix optimitzar l'entorn web a partir de com els usuaris necessiten interaccionar i busca que no siguin els usuaris els que s'adaptin al sistema sinó que el sistema s'adapti a ells. D'aquesta manera s'aconsegueix millorar l'experiència final de l'usuari aconseguint més fidelització, nacceptació i millorant la seva productivitat.

Tal i com hem dit, per aconseguir un bon resultat, cal fer partícip al usuari en tot el cicle de vida del projecte, des de la definició del concepte fins al llançament del disseny final i les seves possibles actualitzacions posteriors. Caldrà, doncs, fer un estudi dels usuaris per conèixer les seves necessitats i fer un disseny participatiu per tal que els usuaris puguin anar fent proves.

Amb CompassGo volem donar el màxim protagonisme als usuaris, fer-los partícips i aconseguir un disseny final centrat en les seves necessitats. És per això que iniciarem el projecte amb una enquesta inicial que ens permetrà recopilar informació dels usuaris, conèixer quines són les seves necessitats i com volen interaccionar amb el nostre web i la nostra aplicació. Posteriorment, caldrà fer proves i tenir en compte els seus comentaris i resultats en totes les fases de desenvolupament: des de la definició del contingut i l'arquitectura, fins al disseny visual. Caldrà, doncs, introduir proves d'usabilitat per tenir un feedback dels usuaris.

# 13

## PERFIL D'USUARIS

Gràcies al disseny d'arquetips realitzat s'ha pogut acotar una mica més el perfil dels nostres usuaris o clients potencials. D'aquesta manera, s'ha arribat a la conclusió que el perfil d'usuaris de compassGo són, principalment, persones a les que els agrada viatjar, que gaudeix fent-ho i que, a més, estan acostumades a utilitzar Internet i a planificar els seus viatges online.

Els usuaris potencials se situen a partir dels 20 fins als 40-45 anys. Els més joves formen part de l'anomenada generació millennial, i s'inclouen també als adults acostumats a les noves tecnologies.

És un perfil d'usuari que fa un ús molt alt de les pantalles (ordinador, smartphone, etc.) i d'Internet, que tenen accés a una educació superior però que no pertanyen a la classe alta i que no solen tenir una feina fixa per tota la seva vida laboral, però que actualment treballen.

Pel que fa a qüestions més específiques, tenim un mercat objectiu amb un nivell socioeconòmic mig o mig-alt, amb suficients estalvis com per a realitzar viatges curts o llargs però no tants com per permetre's pagar una agència que els organitzi el viatge.

D'altra banda, el seu perfil psicològic els defineix com a persones actives i entusiastes, amb ganes de viatjar i de conèixer bé el lloc de destí i la seva cultura. Persones amb una bona percepció de l'entorn i amb actituds positives.

Aquest tipus de perfil es pot aplicar tant als usuaris potencials del web com als de l'aplicació, tot i així destacar que els usuaris que utilitzin l'aplicació seran usuaris més experts en Internet i més acostumats a l'ús de dispositius mòbils. És a dir, seran usuaris que convisquin moltes hores amb smartphones i que no els serà estrany utilitzar l'aplicació durant el seu viatge.

## DISSENY D'IDENTITAT

### 14.1. NAMING

Amb *Naming* ens referim al procés de creació del nom d'una marca o producte i és el primer pas per poder crear la identitat gràfica.

Per iniciar el procés de creació del naming cal, en primer lloc, definir quin és el sector al que es vincula el producte i si volem que el nostre nom hi estigui relacionat. En el cas que ens ocupa es volia que el nom estigués vinculat a la temàtica dels viatges i que d'alguna manera hi fes referència.

En segon lloc, quan ja s'ha acotat una mica, cal fer un *brainstorming* o pluja d'idees i una llista de possibles noms, encara que aquests no ens agradin o no tinguin sentit. D'aquesta manera, és més fàcil que, en algun moment, aparegui un nom o concepte que ens agradi.

Per la creació del nostre *naming* vam partir de dues idees: que fos una paraula en anglès i que estigués relacionada amb els viatges. Vam començar amb els següents conceptes:

RIDE	ROUTE	MAPS
WAY	TRIP	COMPASS

A partir d'aquí, es va iniciar una pluja d'idees que enllaçava paraules. Algunes són:

On the way	On route	Travel ways
On the route	Routing city	Tour way
Trip way	City way	Trip tour
Router	City ways	Compass You
Trip maps	Travel way	

Durant aquesta pluja d'idees s'ha necessitat una recerca a Internet de possibles productes, empreses o pàgines web que ja utilitzessin els *namings*, d'aquesta manera ja anàvem descartant i acotant.

Durant aquest procés, vam trobar una paraula que ens agradava: *Compass*, que traduïda significa brúixola. Així doncs, partint d'aquesta base, es van iniciar noves associacions:

Compass	CompassU	Your compass
Compass You	Compass to you	My compass
		Compass & Go

La última, *Compass & Go* era la que més agradava, però partia d'un problema: el símbol &; i és que no es pot utilitzar en la URL del navegador i s'ha de variar el teu nom depenent de l'aplicació ([www.compassandgo.com](http://www.compassandgo.com)).

Per tal d'eliminar aquest inconvenient, es va decidir reduir el concepte i deixar *CompassGo*.

Així doncs, el *naming* final del nostre producte és *compassGo* que, a més, permet utilitzar la URL [www.compassgo.com](http://www.compassgo.com).

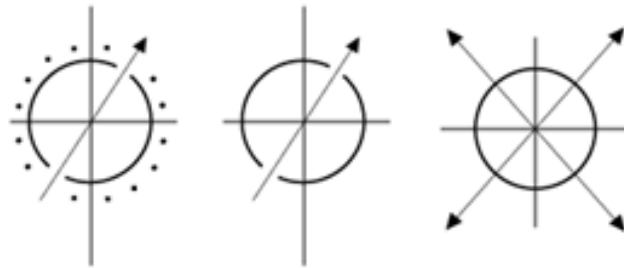
## 14.2. LOGOTIP

El logotip és el signe gràfic que representa el nostre producte i, en el cas del de compassGo, és un logotip que combina la tipografia amb un icona que representa la brúixola.

En primer lloc es crea la tipografia que, en aquest cas, teníem clar que seria una tipografia fet especialment per aquest logotip.

compassGO

A més es volia incloure l'icona que representarà la marca en diferents aplicacions. Es van dissenyar diferents tipus de brúixoles i, alguns dels resultats són els següents:



Aconseguint composicions com aquestes:

compassGO 

compassGO 

Finalment es tria la segona opció ja que utilitza un icona més senzill i més representatiu del que és realment una brúixola.

Es decideix complementar el logotip amb un icona ja que en certes aplicacions s'utilitzarà aquest per separat i també serà representatiu de la marca.



Criteris de reproducció:

La reproducció del logotip ha de mantenir sempre les mateixes proporcions així com la separació entre les lletres i l'icona.

Veiem a continuació com el logotip està dissenyat seguint unes proporcions que sempre s'hauran de respectar.



D'altra banda, el logotip s'haurà de representar sempre en color blanc o negre depenent del color de fons que tinguem i del tipus d'imatge sempre respectant la màxima llegibilitat del mateix. Alguns dels exemples són:





### Tipologia d'imatges:

S'estableixen certs criteris a l'hora de triar el tipus d'imatges que es publicaran tan al web com a l'aplicació. Així doncs, tenim:

- **Paisatges:** s'utilitzaran fotografies de paisatges a mode de postal, emotives i atractives, que convidin al viatge.
- **Experiències:** es mostraran detalls i primers plans que recordin a un destí en concret i transmetin experiències viscudes pel viatger.
- **Personatges de viatge:** les fotografies mostraran a gent gaudint del seu viatge i transmetran l'experiència del viatge en primera persona.

Les imatges de format gran inclouran, a baix a la dreta, l'icona de la marca. Aquelles imatges de mida petita i totes les que apareguin a l'aplicació, no l'inclouran ja que tindria una mida massa reduïda i generaria soroll en la imatge. S'utilitzaran imatges nítides, sense excessius colors ni contrastos, d'aquesta manera assegurarem una bona visualització de l'icona.



Accions a evitar:

- No girar la marca
- No modificar les disposicions
- No modificar l'espai de separació
- Mantenir l'espai de respecte
- No deformar
- No afegir ombres per darrere
- No canviar colors encara que siguin similars.

Linies gràfiques

Qualsevol aplicació per a compassGO haurà de seguir una sèrie de pautes per tal d'assegurar la total harmonia i equilibri entre suports. D'aquesta manera s'aconseguirà que l'estil utilitzat sigui identificador del nostre producte.

Tal i com s'acaba de senyalar, s'haurà d'utilitzar sempre una tipologia d'imatges que aportin sensació de pau i que transmetin als nostres usuaris i clients la sensació de plaer quan es viatja.

D'altra banda, aquestes fotografies sempre aniran acompanyades de fons blancs i amplis espais per donar sensació d'aire. D'aquesta manera les nostres comunicacions respiraran. És preferible que hi hagi molts espais blancs a fer comunicacions atapaïdes i caòtiques.

Això mateix és aplicable tant al disseny web com al de l'aplicació: predominaran sempre les imatges per sobre dels colors corporatius, aportant aquestes la sensació de color i tenint sempre la màxima qualitat possible. Els dissenys es plantejaran sempre a pantalla completa, amb fons blanc i amb un tamany tipogràfic que permeti la bona lectura.

### 14.3. IDENTITAT GRÀFICA

Colors corporatius:



Com es pot observar, s'ha triat com a color corporatiu el blau, un dels colors primaris. S'ha triat aquest ja que evoca tranquil·litat i equilibri i, a més és el color del cel i aquest s'associa amb viatjar.

D'altra banda, és un color que té aproximadament unes 110 tonalitats i, per tant, ens permet moltes variacions sense haver de passar a altres colors.



Com a colors secundaris s'han triat variacions del mateix blau. Això és així ja que s'ha decidit que la màxima càrrega visual del web i de l'aplicació l'aportin les imatges i, per tant, com menys variacions de colors apareguin, més importància tindran per sobre de la resta.

Daltra banda, s'ha triat el color gris per poder destacar certa informació respecte de la resta del contingut en les dues aplicacions.

Si fem un estudi del color al web [www.paletton.com](http://www.paletton.com), podrem trobar quin és el color color complementari al corporatiu. En el cas que ens ocupa, el web i l'aplicació, no l'utilitzarem, però cal tenir-lo en compte per si en altres aplicacions gràfiques necessitem incloure molt més contrast.

Així doncs, el color complementari és el següent:



Al ser una tonalitat taronja suau ens permet seguir amb la línia senzilla i equilibrada que volem mantenir a compassGO i, ahora, poder destacar informació sempre i quan els colors principals de les imatges ho permetin. És a dir, sempre caldrà tenir en compte com és la imatge de la comunicació per saber si hem de triar el blau, el gris o el taronja. Així, en imatges de zones àrides funcionarà millor en blau i en imatges de paisatges de neu funcionarà millor el taronja.

## TIPOGRAFIA CORPORATIVA

Open Sans

ABCdefg

## TIPOGRAFIA DISPLAY

**Open Sans Extrabold**

**ALL BEGINS  
WITH A  
SINGLE STEP**

**Open Sans Bold**

**ALL BEGINS  
WITH A  
SINGLE STEP**

## TIPOGRAFIA TEXT

Open Sans Regular

"A journey of a thousand miles  
must begin with a single step."  
- Lao Tzu

Open Sans Light

"A journey of a thousand miles  
must begin with a single step."  
- Lao Tzu

# 15

## ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓ

Veiem a continuació l'arbre de continguts del portal web i de l'aplicació de compassGo. Cal tenir en compte, prèviament, els punts següents sobre la tipologia dels colors i dels continguts per a poder situar-se.

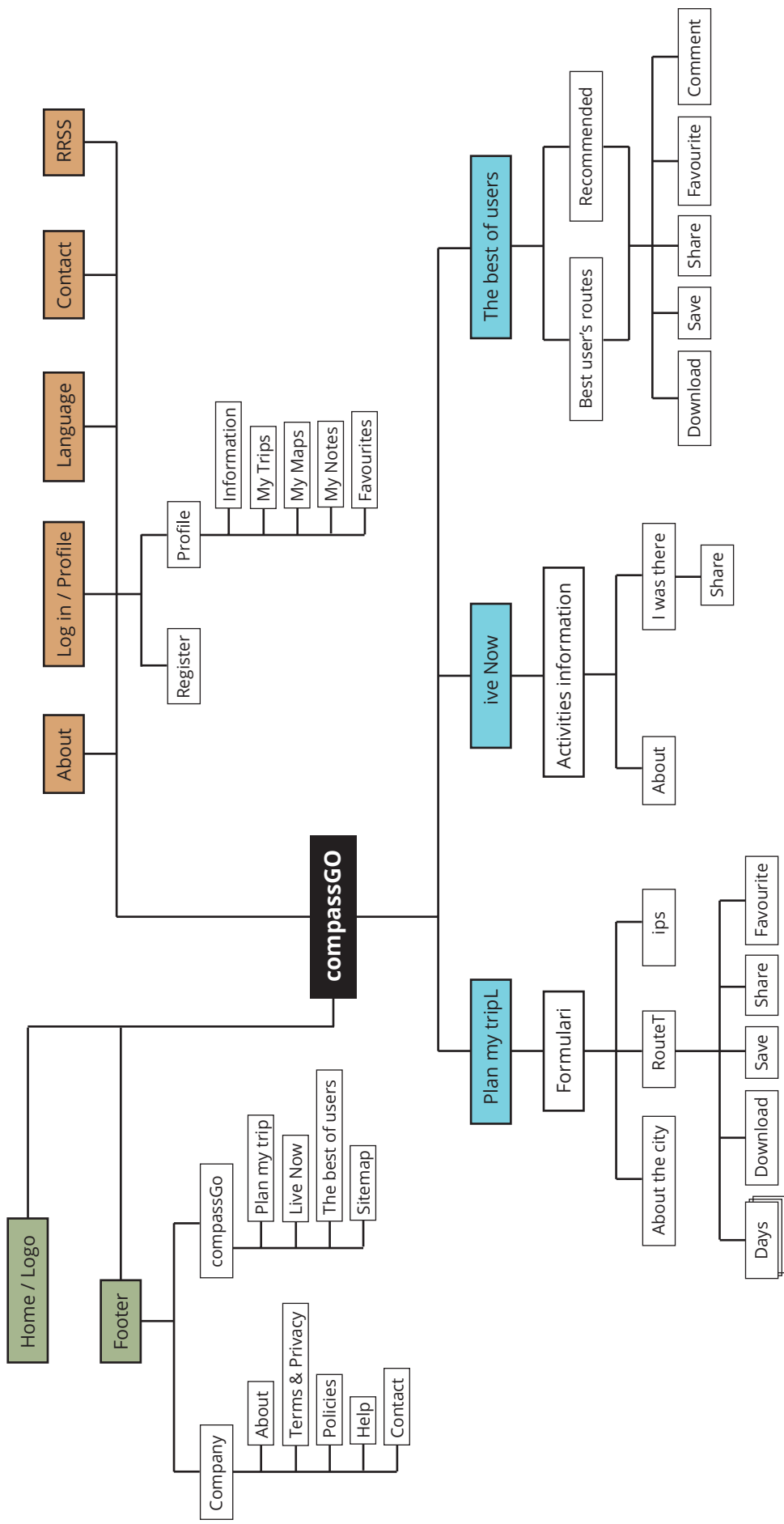
Pel que fa a l'arbre del web:

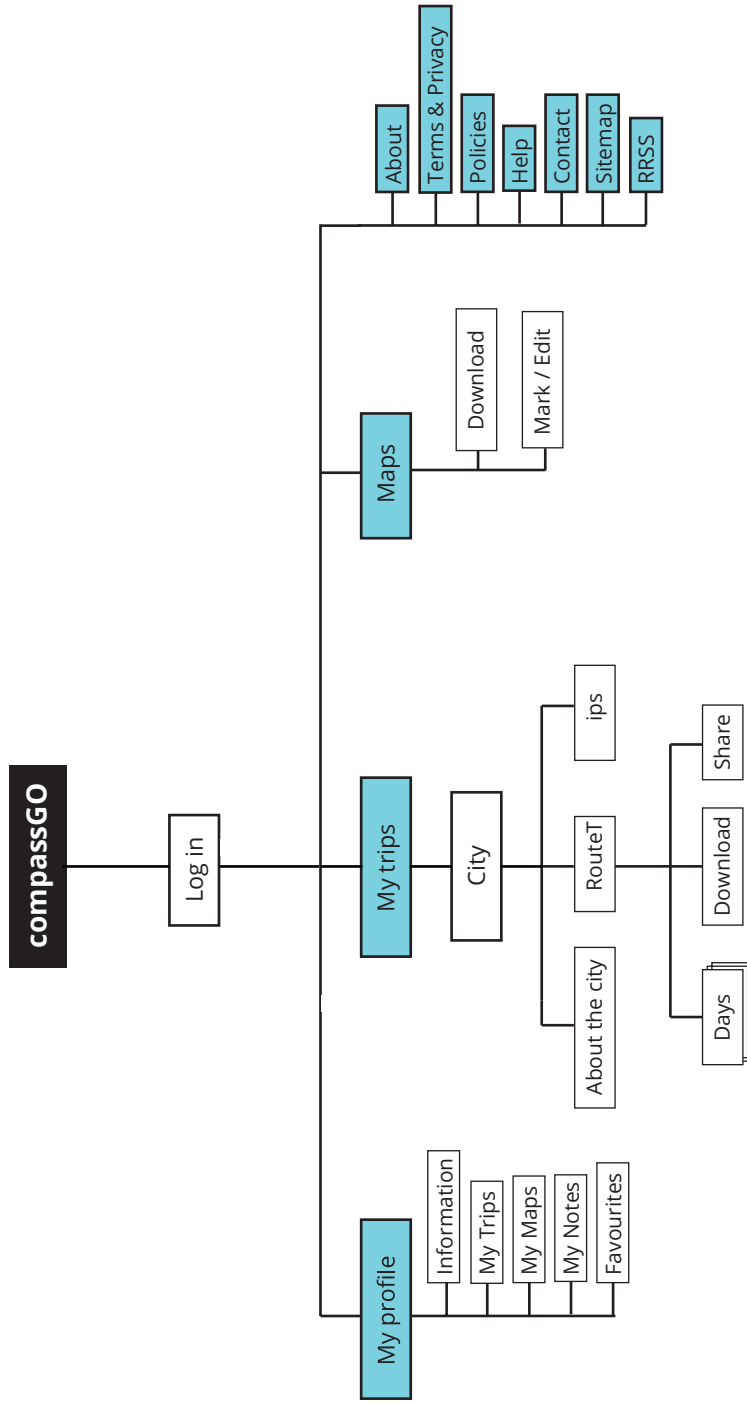
En color verd trobem aquella informació que apareixerà sempre en totes les pàgines i seccions del web. El logotip que redirigirà sempre a la home i el peu de pàgina amb tota la informació del web i sobre el web.

En color taronja tenim aquelles seccions que apareixeran sempre a la part superior dret del web per a què els usuaris no registrats hi tinguin sempre accés.

En color blau tenim les seccions principals del web que apareixeran sempre en la pàgina principal i que passaran a formar part del menú superior quan estiguem en altres seccions.

D'altra banda, en l'arbre de l'aplicació cal saber que en color blau s'han destacat aquelles seccions que apareixeran sempre en el menú lateral de l'aplicació, de manera que l'usuari sempre hi podrà tenir accés.





# 16

## PROTOTIPS DEL WEB I L'APLICACIÓ

Un cop definida l'arquitectura de la informació d'ambdues propostes, iniciem el procés de disseny de l'estructura. Aquesta fase serveix, principalment, per trobar i provar la millor disposició dels elements que han d'aparèixer a cadascuna de les seccions tant del web com de l'aplicació.

Tot i que encara no comencem a dissenyar visualment com serà el nostre producte, és molt important crear els prototips per veure la funcionalitat de tots els elements i si, en conjunt, tenen un bon nivell d'usabilitat.

Amb els prototips que veurem a continuació es mostrarà, de manera general, com seran internament les nostres propostes per, posteriorment, començar a definir de manera molt més ràpida totes les propostes visuals.

Veiem doncs, en primer lloc els prototips o mockups de les seccions del web i a continuació els de l'aplicació.

# 16.1. PROTOTIPS DEL WEB

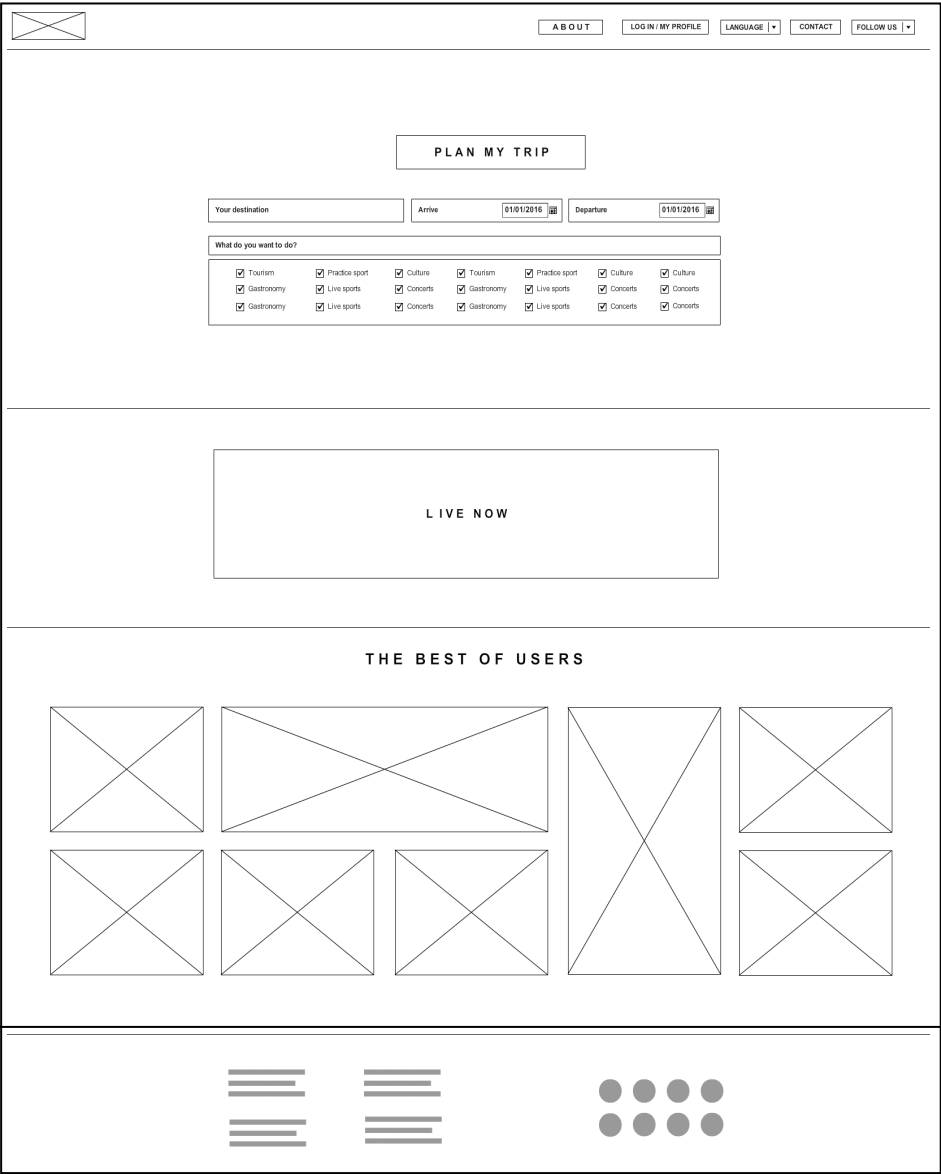


Figura 16. Wireframe Home

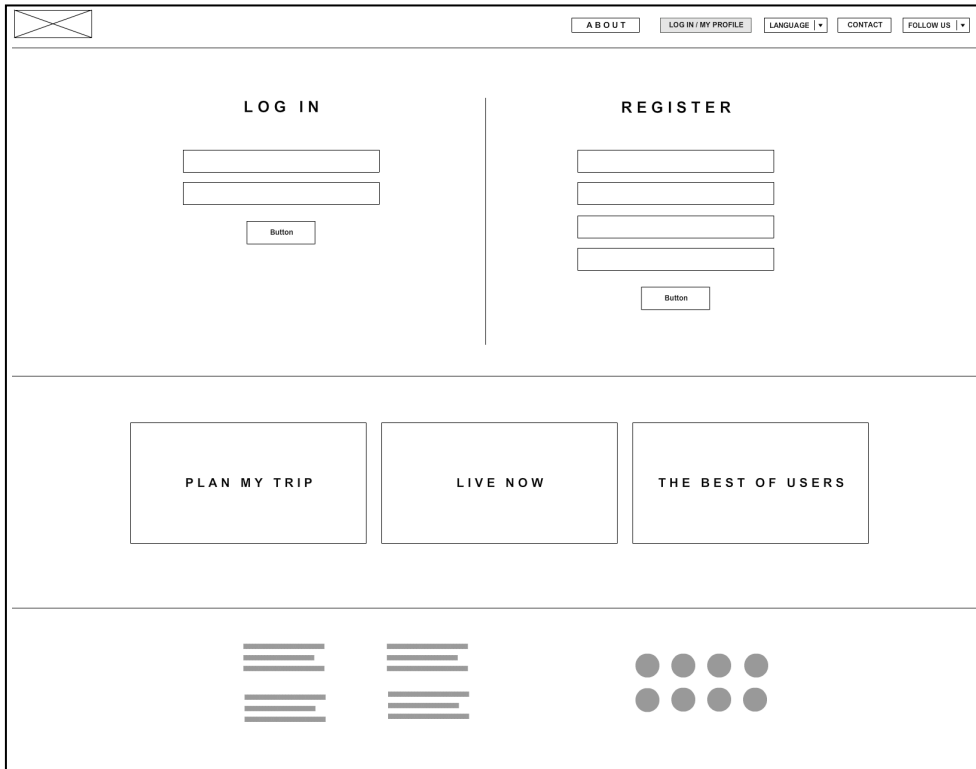


Figura 17. Wireframe Login

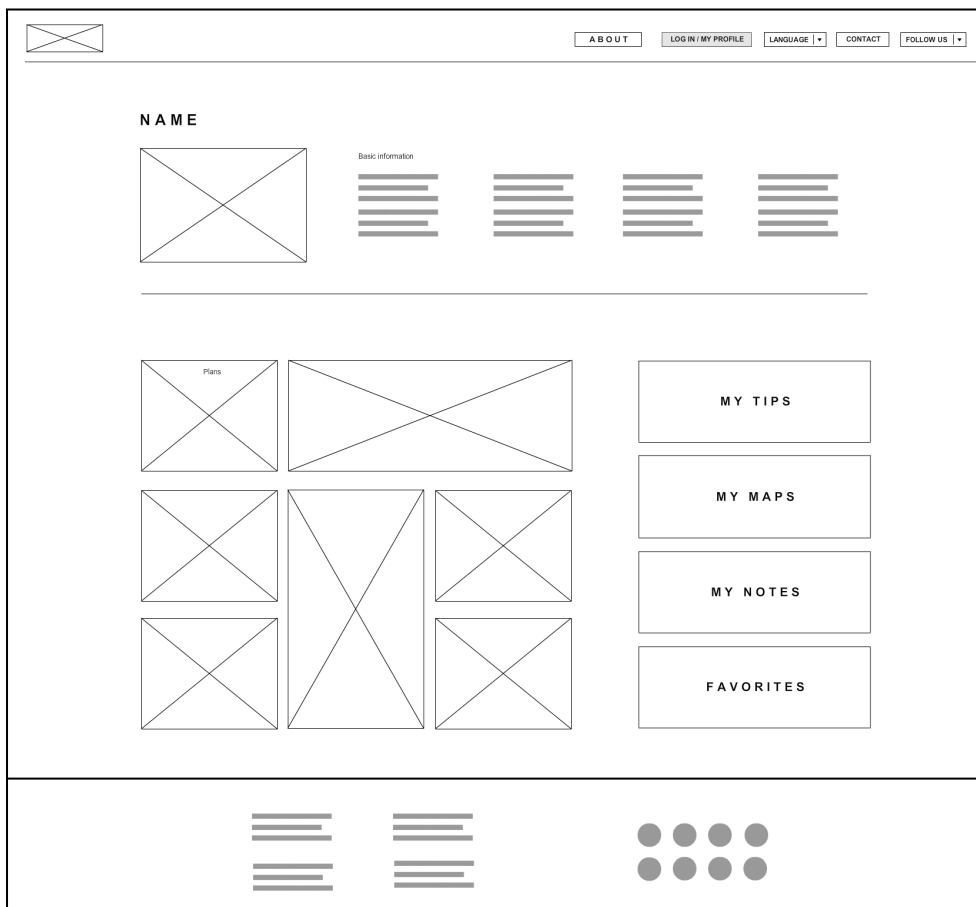


Figura 18. Wireframe Profile

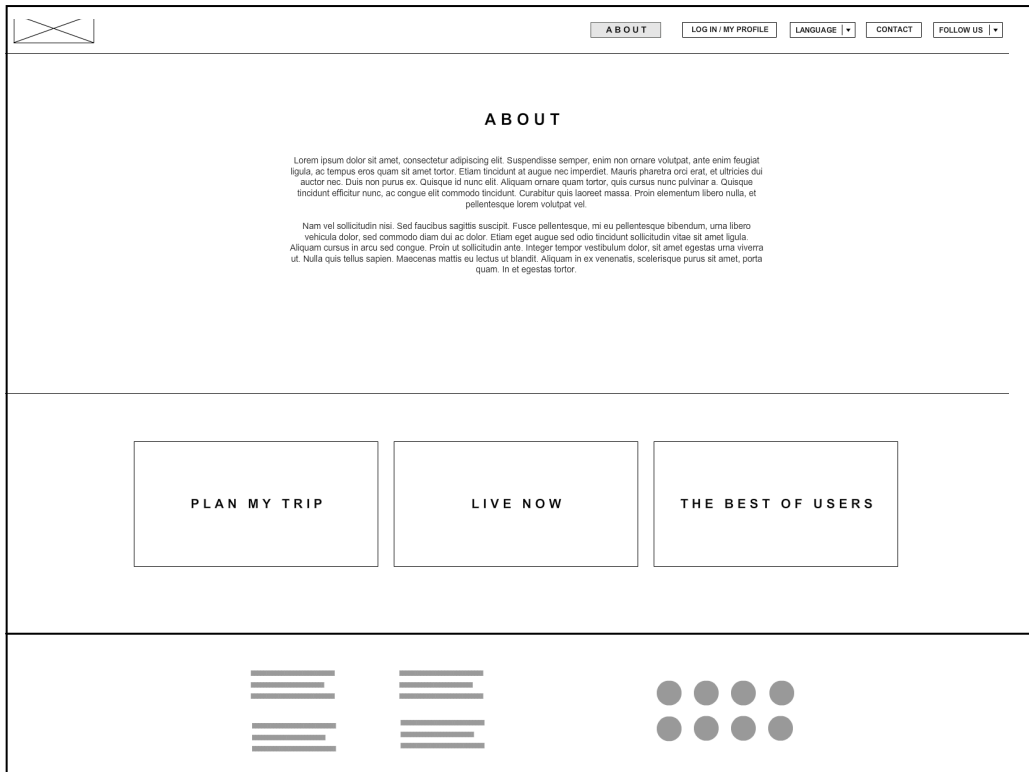


Figura 19. Wireframe About

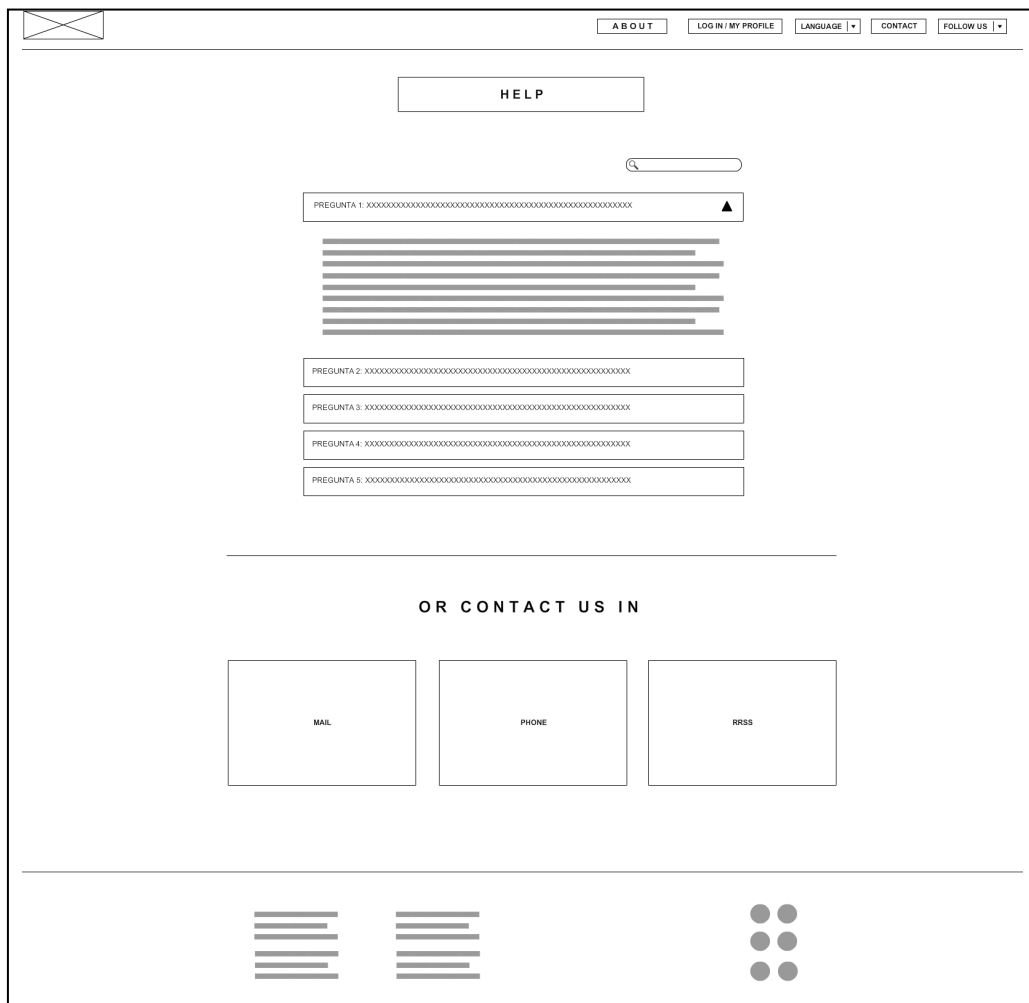


Figura 20. WireframeHelp



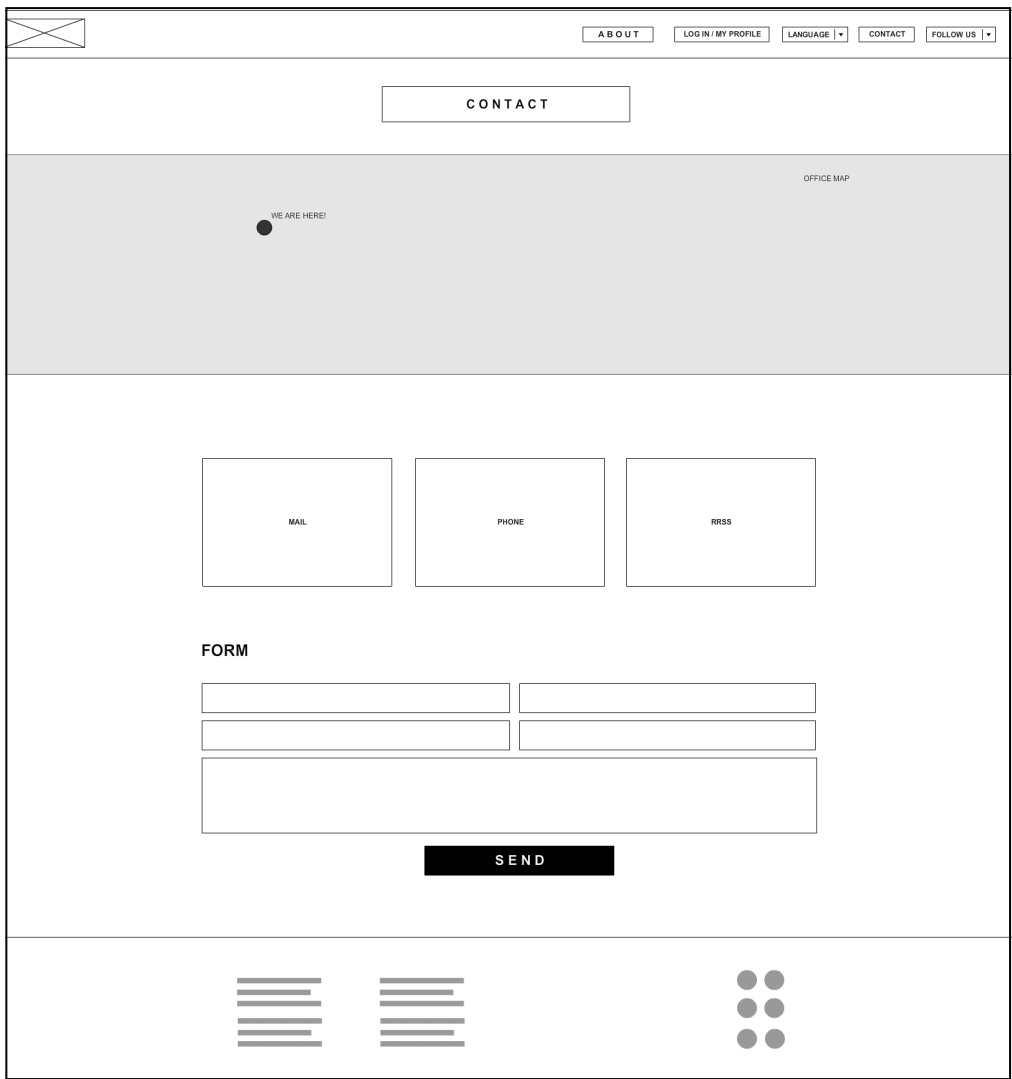


Figura 21. Wireframe Contact

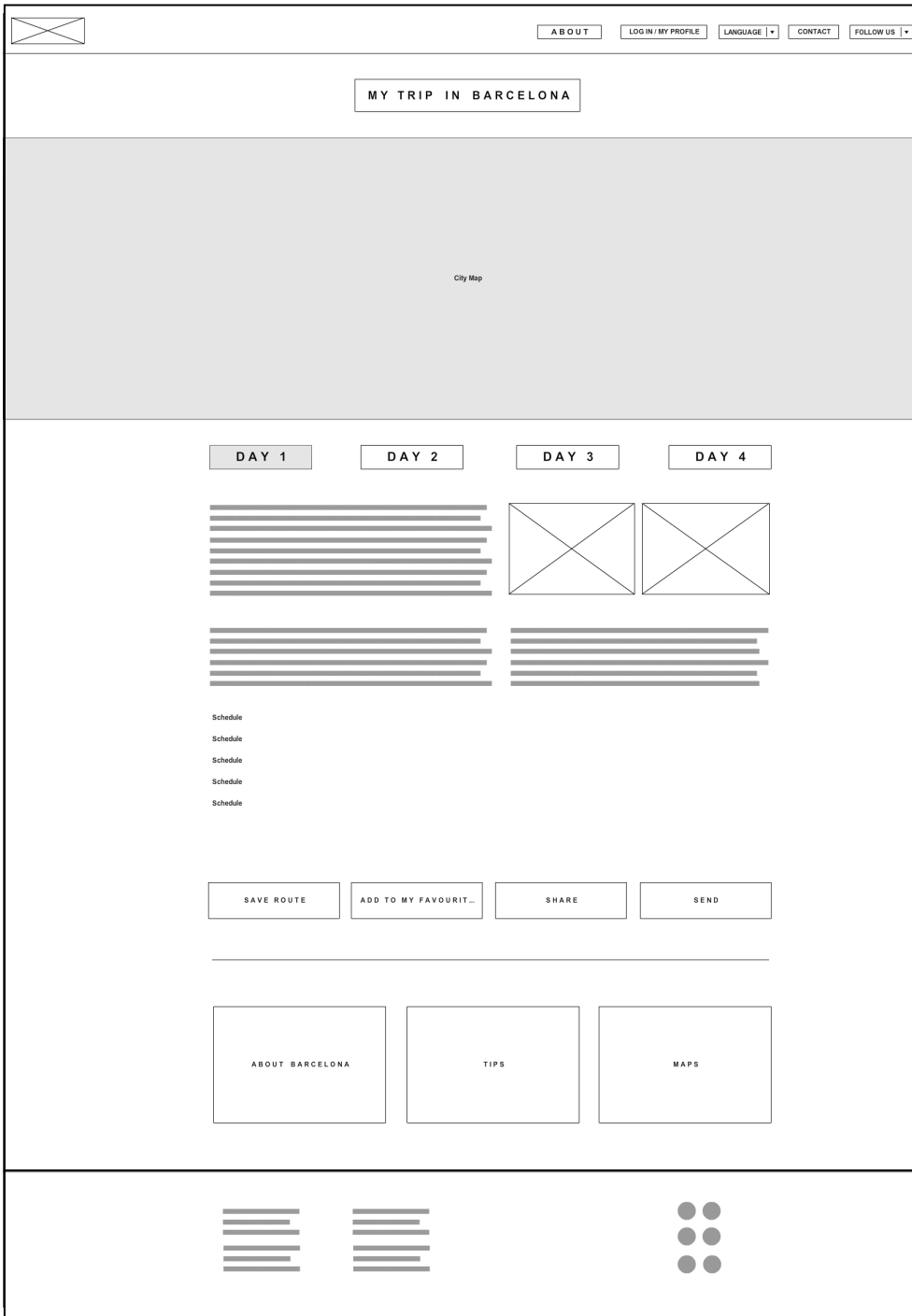


Figura 22. Wireframe My trip

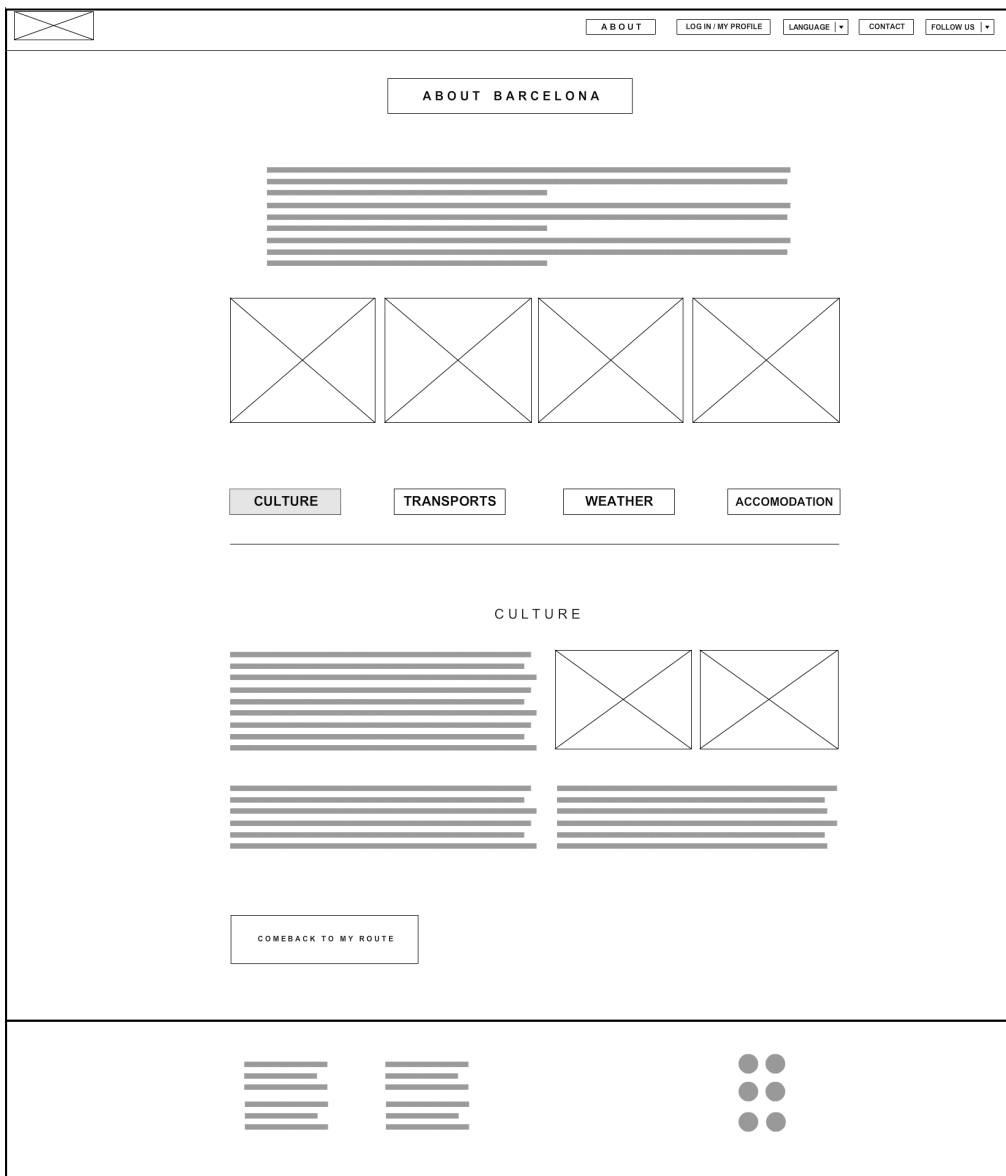


Figura 23. Wireframe About City

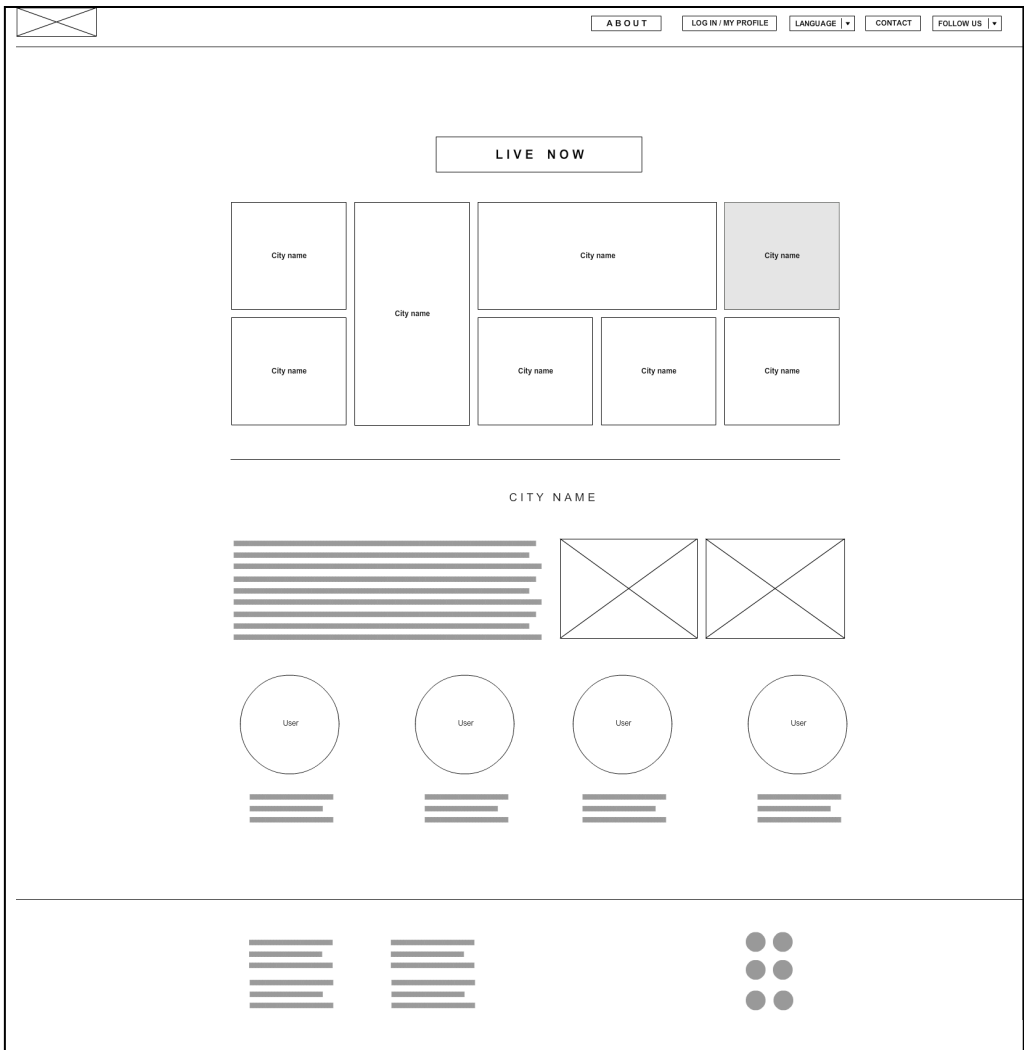


Figura 24. Wireframe Live Now

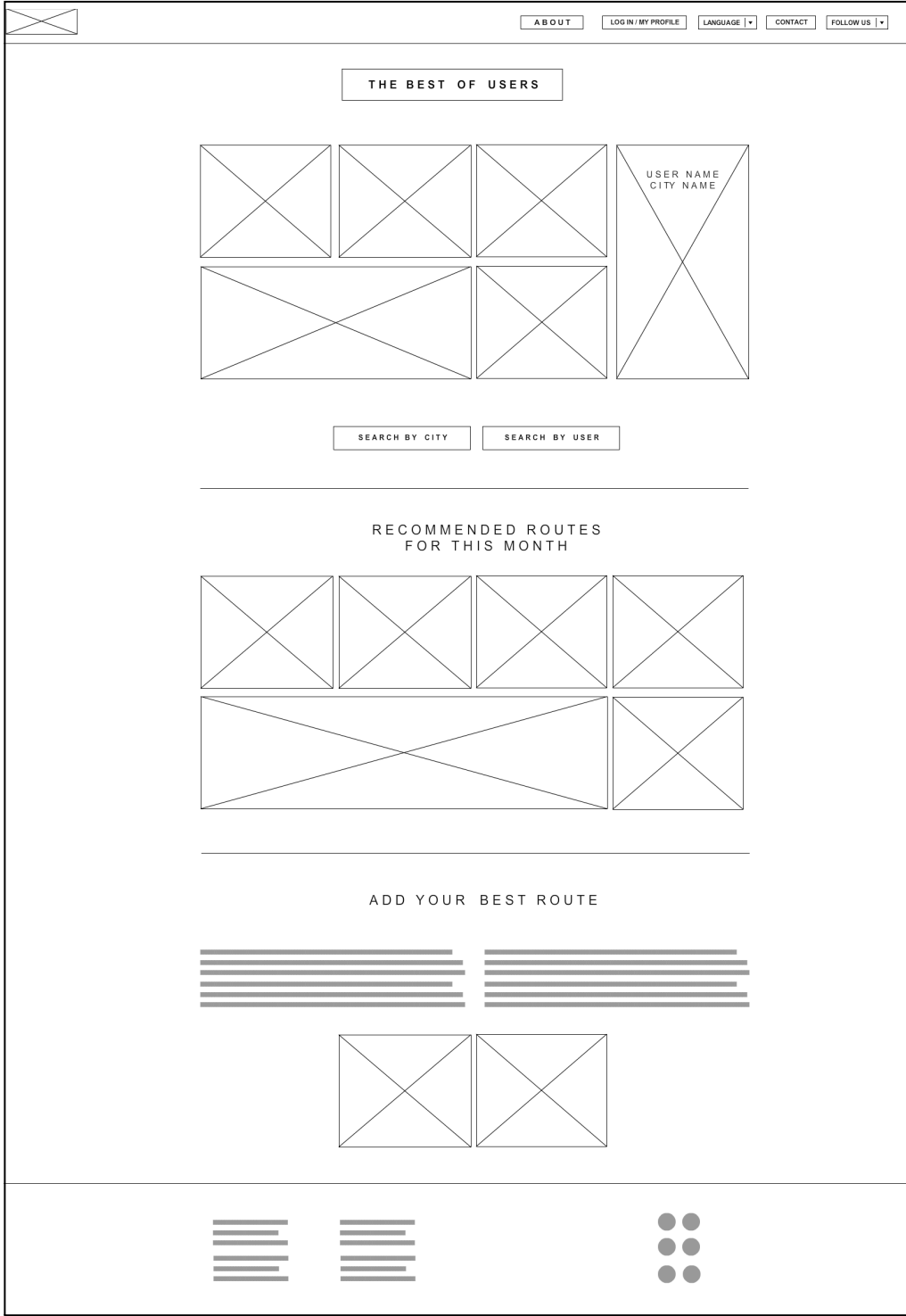


Figura 25. Wireframe The Best of Users

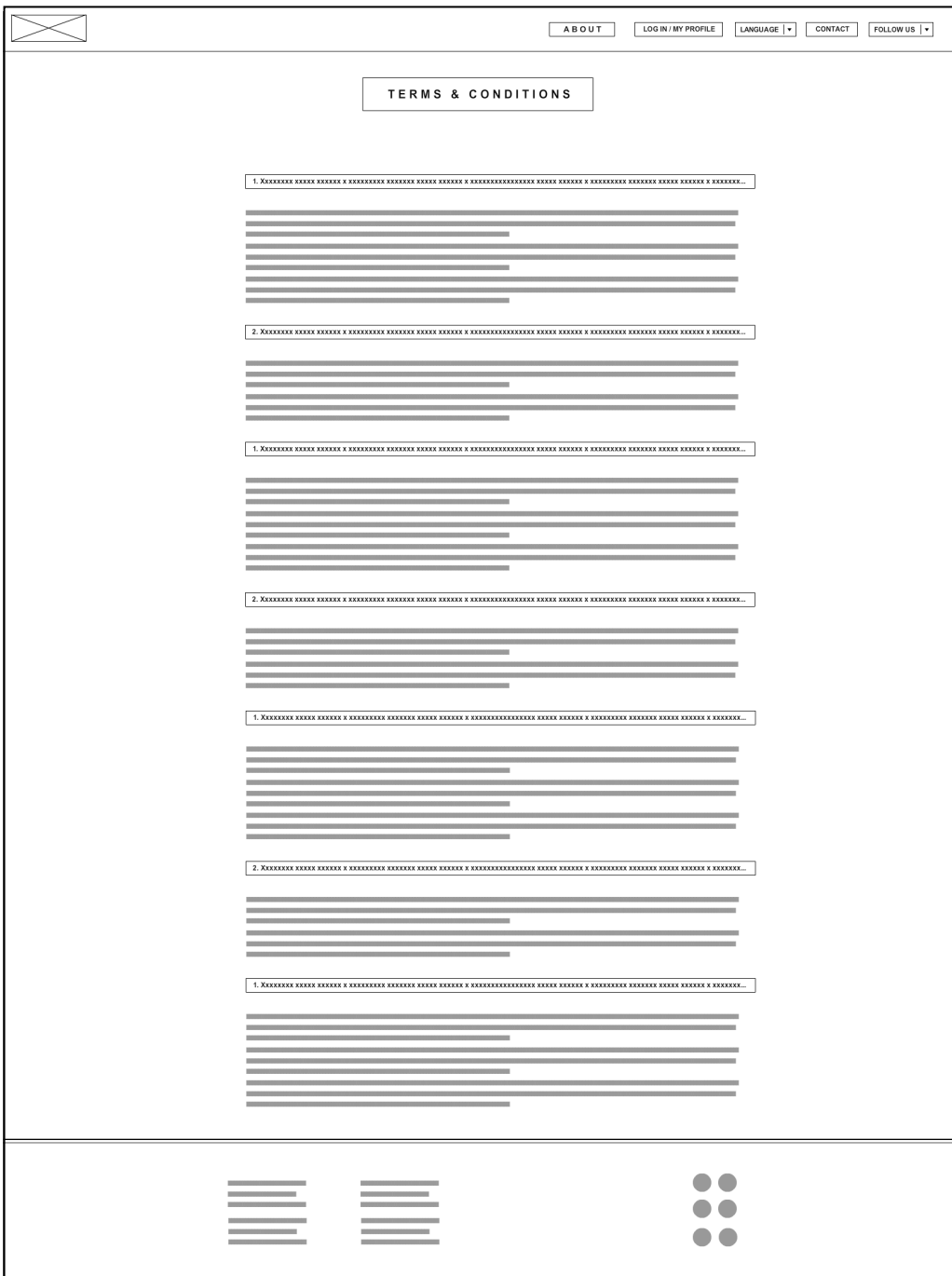


Figura 26. Wireframe Terms & Conditions - Privacy

## 16.2. PROTOTIPS DE L'APLICACIÓ

The image displays two wireframe panels for user authentication. The left panel is for logging in, featuring a placeholder for a logo, input fields for 'User' and 'Password', a 'LOG IN' button, and a link to 'or CREATE YOUR ACCOUNT'. The right panel is for creating an account, featuring a placeholder for a logo, the heading 'CREATE MY ACCOUNT', input fields for 'Name', 'Mail', 'User', 'Password', and 'Confirm password', and a 'REGISTER' button.

**Left Panel (Login):**

- Placeholder for logo
- User
- Password
- LOG IN**
- or [CREATE YOUR ACCOUNT](#)

**Right Panel (Create Account):**

- Placeholder for logo
- CREATE MY ACCOUNT**
- Name
- Mail
- User
- Password
- Confirm password
- REGISTER**

Figura 27. Wireframe Login - Create account

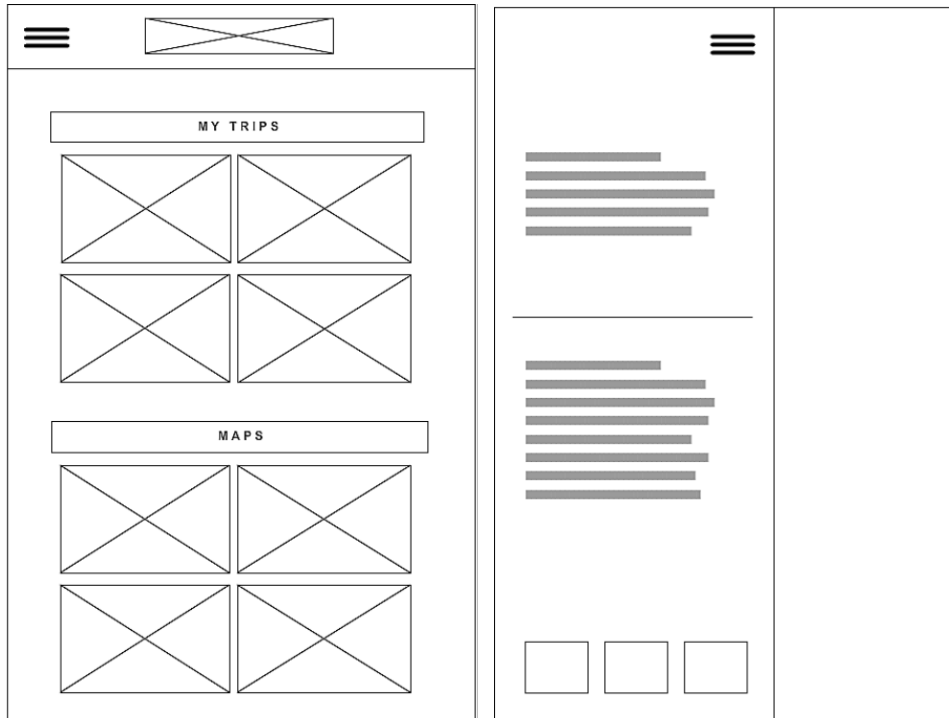


Figura 28. Wireframe Home - Menú

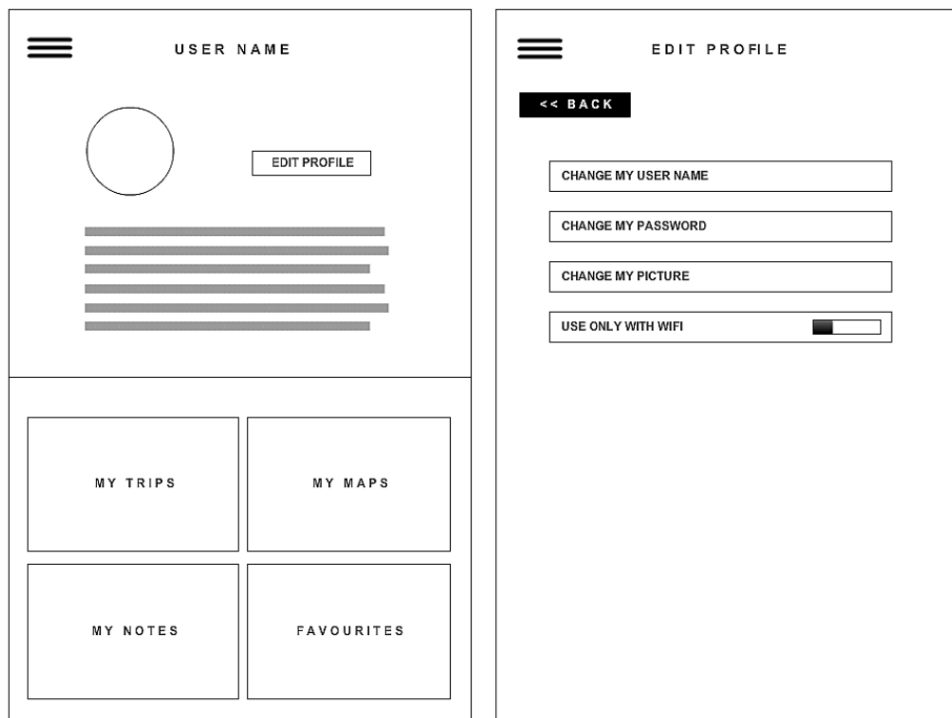


Figura 29. Wireframe Profile - Edit profile



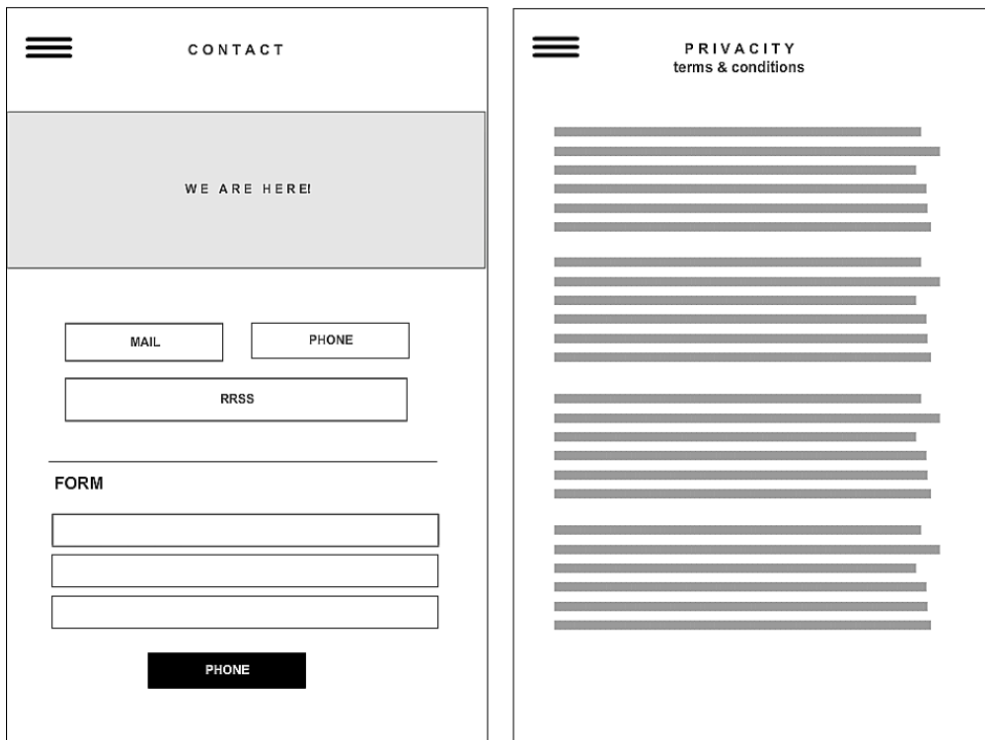


Figura 30. Wireframe Contact - Privacy - Terms &

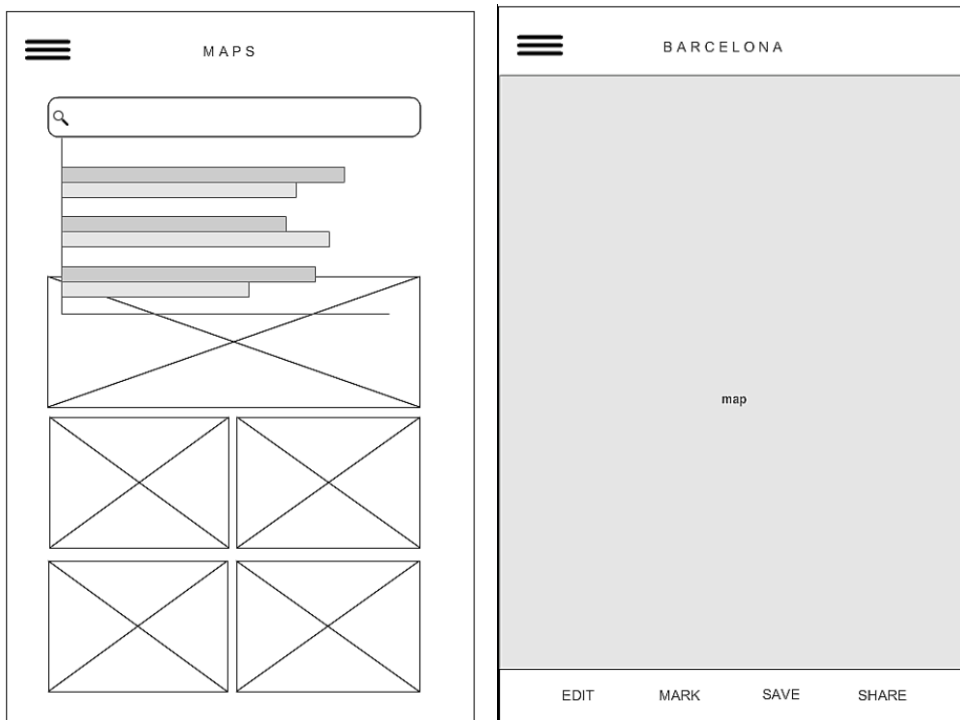


Figura 31. Wireframe Maps - Edit Maps

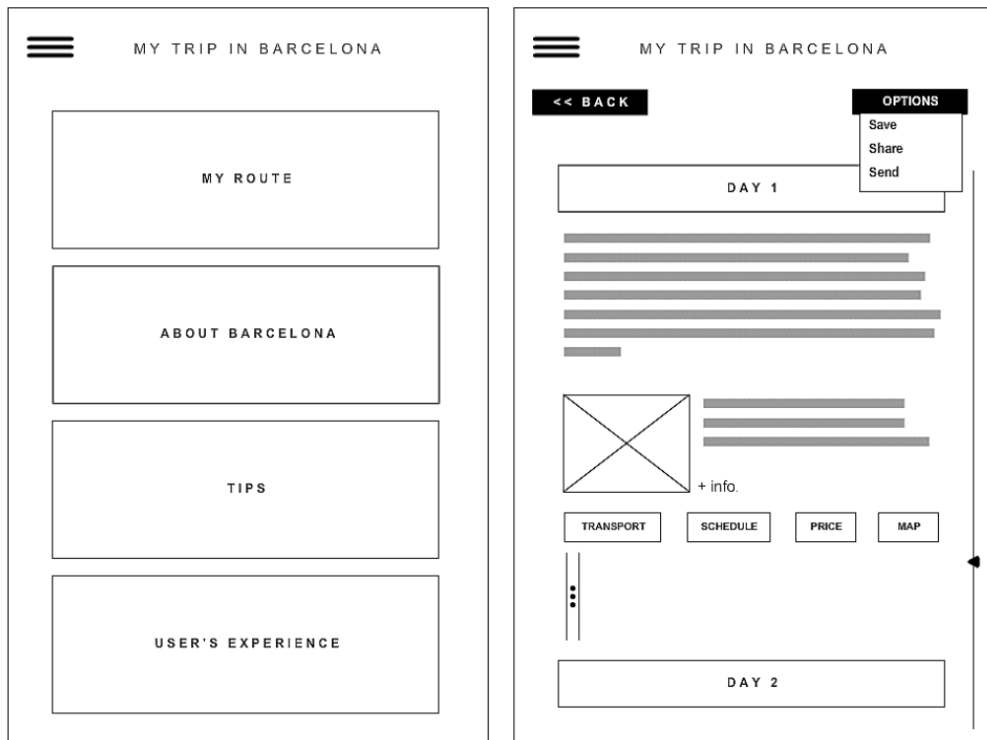


Figura 32. Wireframe My trip home - My trip

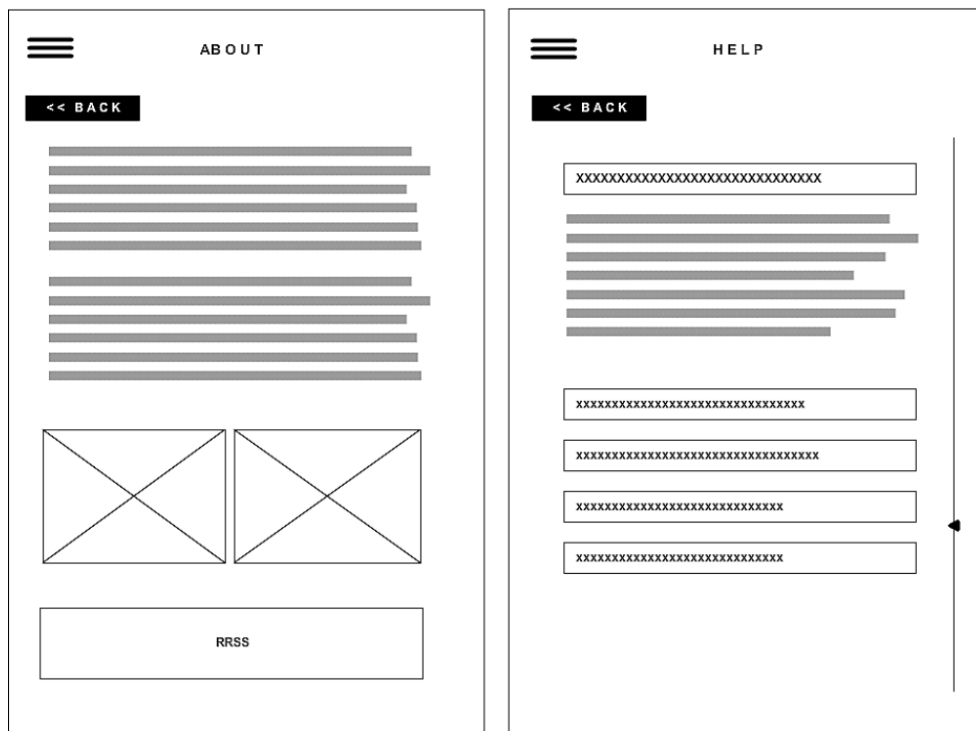


Figura 33. Wireframe About - Help

## **16.3. PROVES D'USABILITAT. AVALUACIÓ HEURÍSTICA**

Un cop realitzat el disseny de l'estructura cal fer proves d'usabilitat per saber si el que estem creant té una bona funcionalitat o si hi ha aspectes que es poden millorar. Així doncs, això ens servirà per trobar possibles errors i arreglar-los de cara al disseny final del producte. S'ha decidit fer aquestes proves abans de realitzar el disseny ja que a partir de l'estructura ja es poden detectar molts dels errors d'interacció i, d'aquesta manera, poder iniciar la fase de disseny amb la màxima funcionalitat possible.

Existeixen diferents tipologies d'estudis d'usabilitat, des dels que queden en mans d'experts en la matèria des dels que utilitzen a usuaris reals per provar el web. En el nostre cas, com que de moment només volem avaluar l'estructura i la interacció tant del web com de l'aplicació, ens servirem de l'anàlisi des un punt de vista tècnic realitzat per un professional web experimentat.

Aquest tipus de prova s'anomena Avaluació heurística i l'hem triat per diverses raons. En primer lloc perquè és un sistema ràpid i, en el nostre cas, ens trobem amb un projecte que reclama un desenvolupament i una entrega imminent i, en segon lloc, perquè és un procés més econòmic i, en cas que es volgués desenvolupar en un futur, és un aspecte important a tenir en compte.

### **16.3.1. Orígens i principis de l'avaluació heurística**

L'avaluació heurística va néixer a partir dels principis heurístics apareguts l'any 1990 en el document "Heuristics evaluation of users interfaces" de Jakob Nielsen. Aquest document marcava 10 principis com els imprescindibles a l'hora d'avaluar un sistema:

1. Visibilitat del sistema
2. Adequació entre el sistema i el món real
3. Llibertat i control per part dels usuaris
4. Consistència i estàndards
5. Prevenció d'errors
6. Reconeixement abans que record
7. Flexibilitat i eficiència d'ús
8. Disseny estètic i minimalista
9. Reconeixement, diagnòstic i recuperació d'errors
10. Ajuda i documentació

Així doncs, seguint aquests deu principis, estudiarem i avaluarem la usabilitat de compassGO i detectarem tant els problemes com les bones pràctiques utilitzades.

### 16.3.2. Funcionament

L'avaluació heurística consisteix en l'anàlisi de cadascun d'aquests 10 principis en mans de diferents experts. Nielsen recomana que aquest estudi el duguin a terme entre 3 i 5 avaluadors per tal de comparar i trobar el màxim d'errors possibles.

En el nostre cas, però, comptarem només amb la participació d'un avaluador ja que per temps i pressupost és el més adequat. Tot i així, en cas de comptar amb més pressupost en el supòsit que el projecte finalment es desenvolupés, caldria la avaluació de, com a mínim, dues persones més.

Els problemes detectats en les avaluacions tenen cert ordre de prioritització ja que hi ha alguns que no dificulten en excés la navegació dels usuaris i, en canvi, hi ha d'altres que són una trava sobretot pels usuaris novells.

Un cop prioritzats i trobats els problemes, es proposaran les solucions per tal de poder desenvolupar la fase de disseny del web i de l'aplicació amb molta més eficàcia.

### 16.3.3. Avaluació heurística de compassGO

#### Dades de l'avaluador

**Nom:** David Reig

**DNI:** 43555027L

**Professió:** Programador i desenvolupador web

#### 1. Visibilitat del sistema

L'usuari ha de saber què està passant en el web: saber on es troba, si hi ha un procés actiu, etc. És a dir, l'usuari no s'ha de trobar perdut i, si s'hi troba, ha de veure de manera ràpida a on està.

El web compta amb dos formularis, el de contacte i el de cerca de rutes. En el primer haurà de rebre confirmació conforme s'ha enviat el missatge i en el segon ha d'aparèixer un avís conforme el formulari funciona i està buscant la millor ruta.

L'usuari ha de trobar sempre accessos visibles a les diferents seccions del web, tal i com es veu als wireframes. Un possible canvi per a la millora de la visualització seria eliminar la pàgina del login i del registre i que aparegui com a finestra emergent. Aquesta es podria activar des de qualsevol pàgina o secció del web, de manera que l'usuari quan s'hagi registrat o ja hagi accedit, tornarà a la pàgina on estava per reprendre el fil.

## 2. Adequació entre el sistema i el món real

El web i l'aplicació s'han d'expressar i mostrar de manera comprensible i han de seguir unes convencions preestablertes. És a dir, ha de ser fàcil i seguir els sistemes que s'utilitzen normalment.

---

Pel que fa a aquest principi es podria millorar i adequar el menú principal per fer-lo més adequat al sistema actual. En els wireframes es posa per separat el login pels usuaris ja registrats i el registra't pels usuaris que encara no ho estan. Una possible millora seria incloure-ho tot en el login tal i com es fa en molts webs, de manera que des d'aquí hi pogués accedir o registrar-se. D'aquesta manera, a més, simplifiqués el menú.

D'altra banda, centrant-nos en l'aplicació, seria convenient modificar la visualització de l'apartat sobre la ruta ja que tal i com es mostra en el wireframe, a part de trencar amb l'estructura utilitzada anteriorment, pot portar a l'error ja que es pot donar el cas que l'scroll vertical sigui molt llarg i que tanta informació barrejada faci que l'usuari es perdi.

---

## 3. Llibertat i control per part dels usuaris

L'usuari ha de poder tornar enrere i desfer les accions que ha realitzat. És a dir, ha de poder rectificar sense problema i de manera clara i directa.

---

No veig cap error en aquest sentit. Un cop se'ls ofereix la ruta la poden guardar, enviar o compartir de manera clara. L'únic que proposaria és que, com que només els usuaris registrats poden accedir a les rutes, el menú per aquests canviés i se'ls afegís un accés a les diferents pàgines del web per poder navegar de manera més ràpida.

D'altra banda, seria convenient que en aquest menú opcions com l'idioma ja no apareguessin ja que un cop l'usuari està registrat, ja hauria d'haver pogut triar la llengua en la que vol el web.

Pel que fa a l'aplicació s'haurien d'afegir enllaços que permetessin als usuaris tornar enrere, de manera que això no quedés en mans dels botons del dispositiu mòbil.

---

#### 4. Consistència i estàndards

Es comprova si se segueixen i es compleixen els estàndards que s'utilitzen habitualment als webs i a les aplicacions. És a dir, els usuaris han d'entendre tot el que apareix al web i el significat de tots els elements.

---

Tots els elements, botons, icones i jerarquia del web funcionen bé i s'entenen.

D'altra banda, però, seria convenient modificar l'accés a les pàgines personals dels usuaris registrats quan es troben en el seu perfil. Tal i com es mostra en els wireframes els usuaris tenen a la dreta les quatre seccions (my tips, my maps, my notes i favorites) i al clicar-hi s'obren a l'esquerra. Aquesta estructura fa que sempre hagi d'estar una de les seccions oberta, fet que al usuari no té perquè interessar-li i fa que si alguna de les seccions té moltes subcategories, la pàgina només creixi per l'esquerra i quedi un buit a la dreta. Així doncs, seria més convenient que aquesta part fos tota vertical de manera que no influeix quantes subcategories tingui i es poden mantenir tancades fins que l'usuari les cliqui.

Pel que fa a la *home* de l'aplicació, eliminaria les subapartats de les dues seccions i faria que en un primer moment l'usuari pogués accedir a qualsevol de les dues i, un cop a dins, triés l'apartat on vol anar. Així la navegació és més fàcil i evita que hagi d'haver només quatre subapartats destacats quan és molt probable que cada usuari en tingui molts més.

---

#### 5. Prevenició d'errors

Mesura si el sistema està preparat o no per prevenir i gestionar errors com, per exemple, en la validació dels formularis, les instruccions, ajudes, etc. Els missatges d'error que puguin aparèixer, han d'explicar exactament què succeeix.

---

Tot i que en els wireframes no s'apreciï, un cop el web estigui a la xarxa, els formularis han de donar resposta de manera clara i directa quan la informació sigui errònia.

---

## 6. Reconeixement abans que record

L'usuari ha de ser capaç de navegar pel web de manera intuïtiva sense que hagi de recordar com havia navegat anteriorment per saber on anar. Així doncs, tots els botons i les possibles accions a realitzar han de ser clares i visibles per interactuar amb facilitat.

---

Tal i com he comentat en el principi de Llibertat i control, no veig que el web dificulti la navegació entre les seccions. Com es tracta d'un web petit i amb només tres seccions destacades, permet crear una estructura a través de la que des de qualsevol pàgina es pugui accedir a cadascuna d'elles. Mantinc la millora pel que fa a l'accés a les seccions també a través d'un menú diferent pels usuaris registrats.

A l'aplicació afegir sempre a la part superior un accés al perfil del usuari. D'aquesta manera sempre el té visible i pot accedir a les seves preferències sense que hagi de pensar que des del menú emergent s'hi podia accedir.

---

## 7. Flexibilitat i eficiència d'ús

Els usuaris haurien de tenir la oportunitat de poder interactuar a través d'acceleradors i dreceres de teclat per tal que aquells que ja són experimentats puguin navegar de manera molt més ràpida.

---

Tot i que no hi ha dificultat en la navegació a través de compassGO, sempre és convenient que un cop es programi per una aplicació real, s'afegeixin dreceres de teclat per a què els usuaris experimentats puguin navegar més ràpidament.

---

## 8. Disseny estètic i minimalista

El disseny i els elements que apareguin al web i a l'aplicació han de tenir una raó de ser i han de funcionar de manera clara. S'han d'eliminar al màxim els elements irrelevantes que confonguin als usuaris.

---

Tot i que la part de disseny més visual encara no l'he vist, sembla que el web segueix els estàndards actuals de minimalisme pel que fa a la col·locació dels elements, l'ús de la pantalla completa i permetre que respiri amb els espais en blanc.

---

## 9. Reconeixement, diagnòstic i recuperació d'errors

Han d'aparèixer missatges d'errors per avisar als usuaris, i aquests han de ser clars directes i amb un llenguatge comprensible per tal que l'usuari sàpiga com respondre.

---

A partir dels wireframes o del disseny no es poden veure com són els missatges d'error, però s'haurà de tenir en compte un cop s'apliqui el web a la realitat que qualsevol missatge d'avís pels usuaris hauran de ser prou directes i clars per a què els entenguin a la primera.

---

## 10. Ajuda i documentació

El web i l'aplicació han d'oferir als usuaris la ajuda i la informació necessària així com eines de cerca en cas que es necessitin. Aquest tipus d'informació, a més, ha de ser fàcil de localitzar i comprensible.

---

Els usuaris del web tenen diferents seccions de documentació i d'ajuda a les quals hi pot accedir des del peu de pàgina. En cas que finalment es creï el menú pels usuaris registrats, seria convenient que també hi poguessin accedir des d'allà, per tal de fer-ho més directe.

---



#### 16.3.4. Priorització

Un cop rebuts els resultats de l'anàlisi heurístic, cal organitzar les possibles solucions segons la seva prioritat. És a dir, que en cas que per qüestions de temps no es poguessin implementar totes, seria convenient que les classificades com a prioritació alta sí que es tinguessin en compte.

##### Prioritat alta

- Modificació de l'accés al login i al registra't i crear una finestra emergent que permetrà als usuaris tornar a la pàgina on estaven un cop estiguin registrats. Així, els usuaris no hauran de tornar a realitzar els passos ja fets per arribar a on estaven i la navegació és més fàcil.
- Canviar el menú de la pàgina pels usuaris registrats i afegir l'accés a un nou menú per accedir a les seccions de la pàgina.
- Modificar la *home* de l'aplicació mostrant només les dues seccions i deixant pel següent pas l'accés a les subcategories.
- Redissenyar l'estructura de l'apartat de la ruta en l'aplicació de manera que la navegació sigui molt més fàcil i directa i segueixi el disseny utilitzat en la resta de pàgines.

##### Prioritat mitja

- Modificar l'accés a les subcategories del perfil d'usuari per tal de crear una estructura més neta i ordenada. D'aquesta manera la visualització serà molt millor i el disseny global d'aquesta pàgina també.
- Un cop s'implementi el web en el món real, han d'aparèixer missatges d'error sempre que qualsevol formulari o qualsevol opció sigui incorrecte. Aquests missatges han de ser suficientment visibles i s'utilitzarà un llenguatge clar, directe i entenedor per a qualsevol perfil d'usuari.
- A l'aplicació, afegir a la part superior un accés directa al perfil de cadascun dels usuaris.

##### Prioritat baixa

- Afegir dreceres de teclat per tal que la navegació pels usuaris experimentats pugui ser més ràpida.

Excepte aquelles possibles millores per aplicar en el web un cop estigui a la xarxa, com els avisos d'error i les dreceres, la resta de millores es poden visualitzar en el següent apartat sobre el disseny del web.

# 17

## DISSENY DEL WEB

Un cop definits tots els aspectes relacionats amb el producte que volem crear (arquitectura, continguts, identitat gràfica, etc) és el moment d'iniciar el procés de disseny del web.

En la majoria dels treballs de disseny, es realitzen moltes proves fins a arribar a la definitiva i aixó mateix ha passat en el cas que ens ocupa. En primer lloc perquè el que s'havia de construir a partir dels wireframes ha variat lleugerament a causa de l'avaluació de la usabilitat, i en segon lloc perquè cal fer moltes proves fins a trobar el que millor queda i el que millor pot entendre l'usuari a l'hora de navegar i interaccionar amb el nostre web.

Veurem a continuació el disseny final del web de compassGO. Un web que inclou la introducció de dades per generar les rutes, així com l'espai personal dels usuaris i les millors rutes dels usuaris. A més, en el següent disseny es podrà veure també altres pàgines d'interès com el contacte, les polítiques de privacitat o l'ajuda, entre d'altres.

Tal i com s'havia definit anteriorment, s'han utilitzat els colors corporatius indicats, la tipografia acordada i la tipologia d'imatges que s'intentaran utilitzar sempre en el nostre web: imatges molt visuals, que aportin significat i, sobretot, clares i nítides per tal de transmetre als usuaris les millors sensacions que aporta viatjar i conèixer món.

El web s'ha dissenyat per ser visualitzat a pantalla completa. La retícula utilitzada ha estat de 1170px per la capçalera, el peu de pàgina i algun contingut o accions destacades, i de 1000px per la resta de contingut. D'altra banda, pel que fa a la part del contingut, s'ha dividit en tres columnes, de manera que depenent del tipus d'informació s'ha utilitzat 1, 2 o 3, aconseguint així estabilitat i harmonia.

Per a poder entendre millor el conjunt del web s'ha creat un prototipus que mostra la navegabilitat i que permet la interacció amb els elements. Tot i així cal tenir present que el web està dissenyat per veure's a pantalla completa tot i que el software utilitzat no ho mostri així:

[Prototip del web](#)



### LIVE NOW



### THE BEST OF USERS

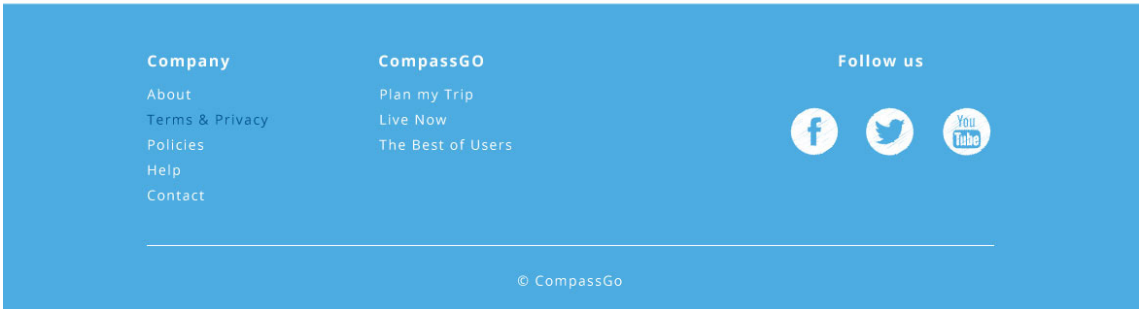
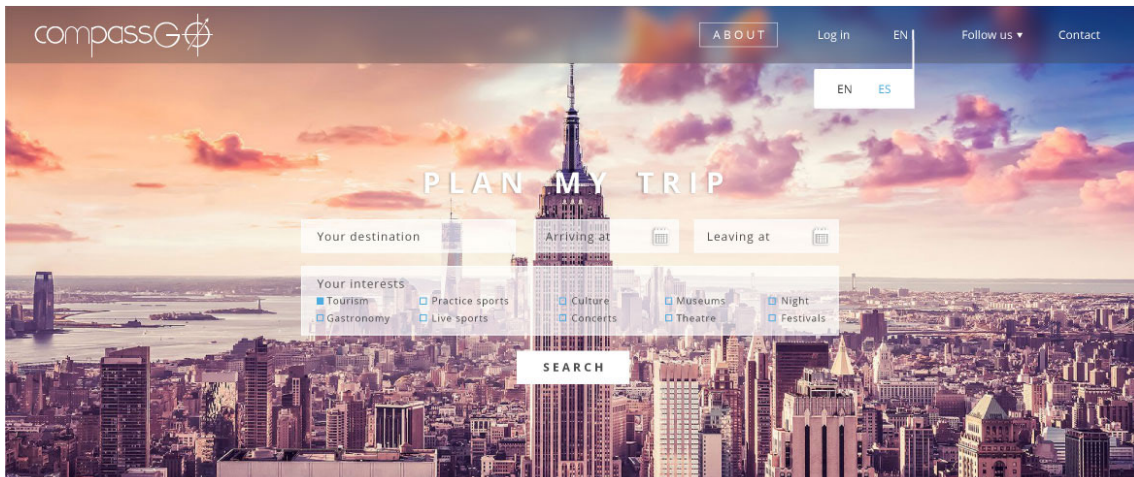


Figura 34. Home de compassGO



## LIVE NOW



## THE BEST OF USERS

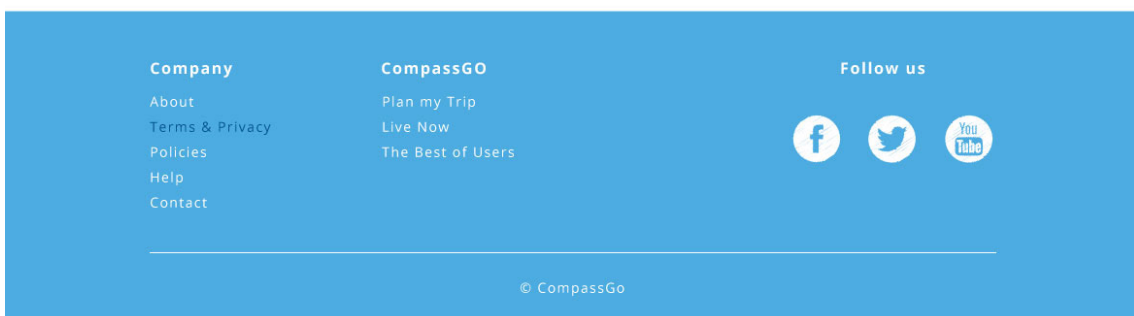
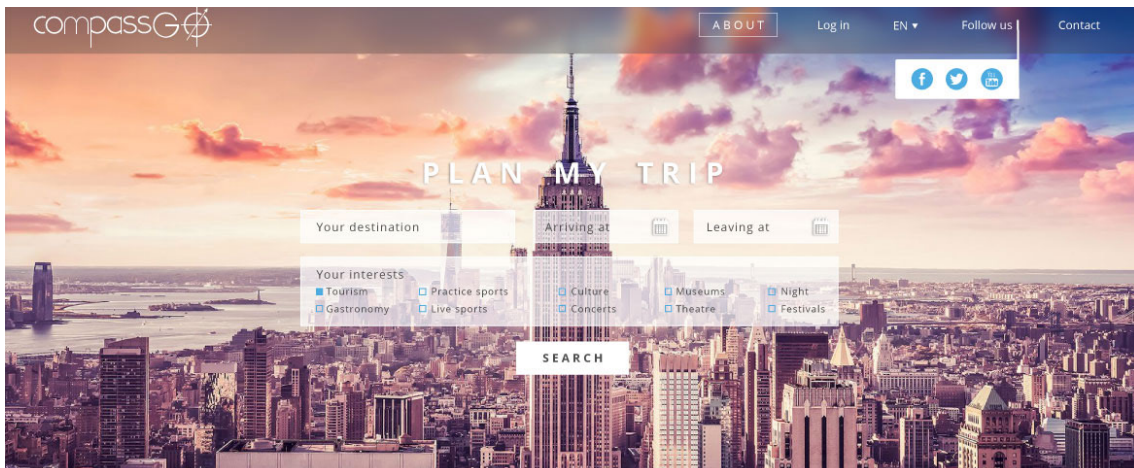


Figura 35. Home de compassGO. Opció Idioma activa



## LIVE NOW



## THE BEST OF USERS

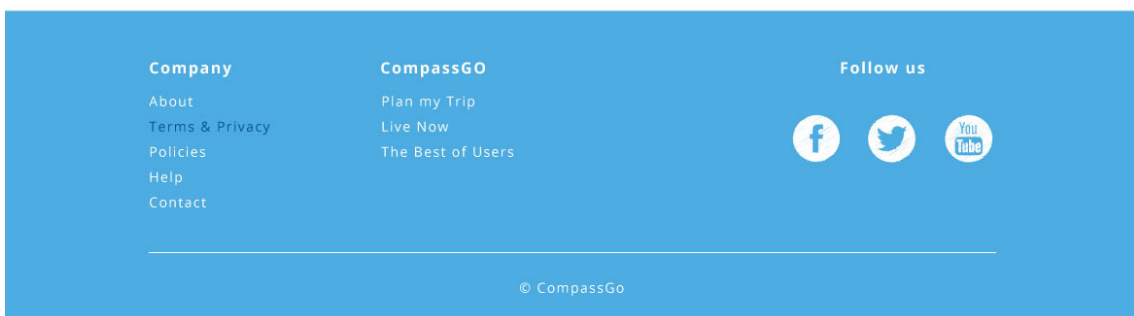
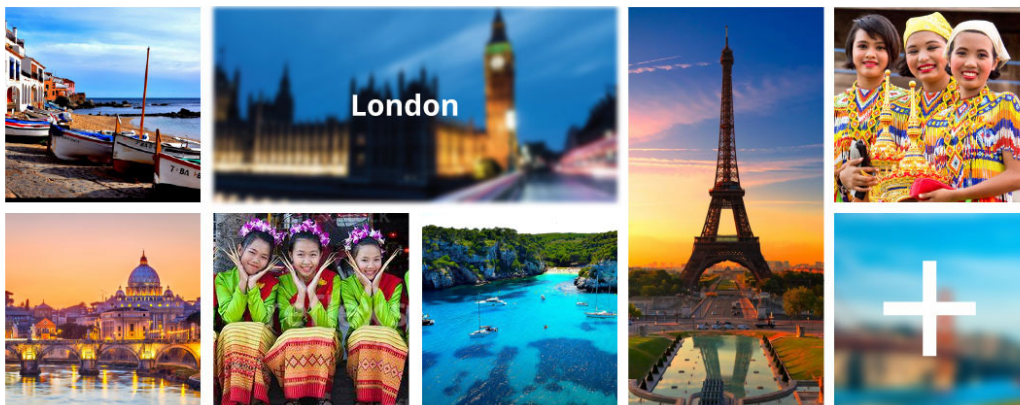


Figura 36. Home de compassGO. Opció Xarxes socials

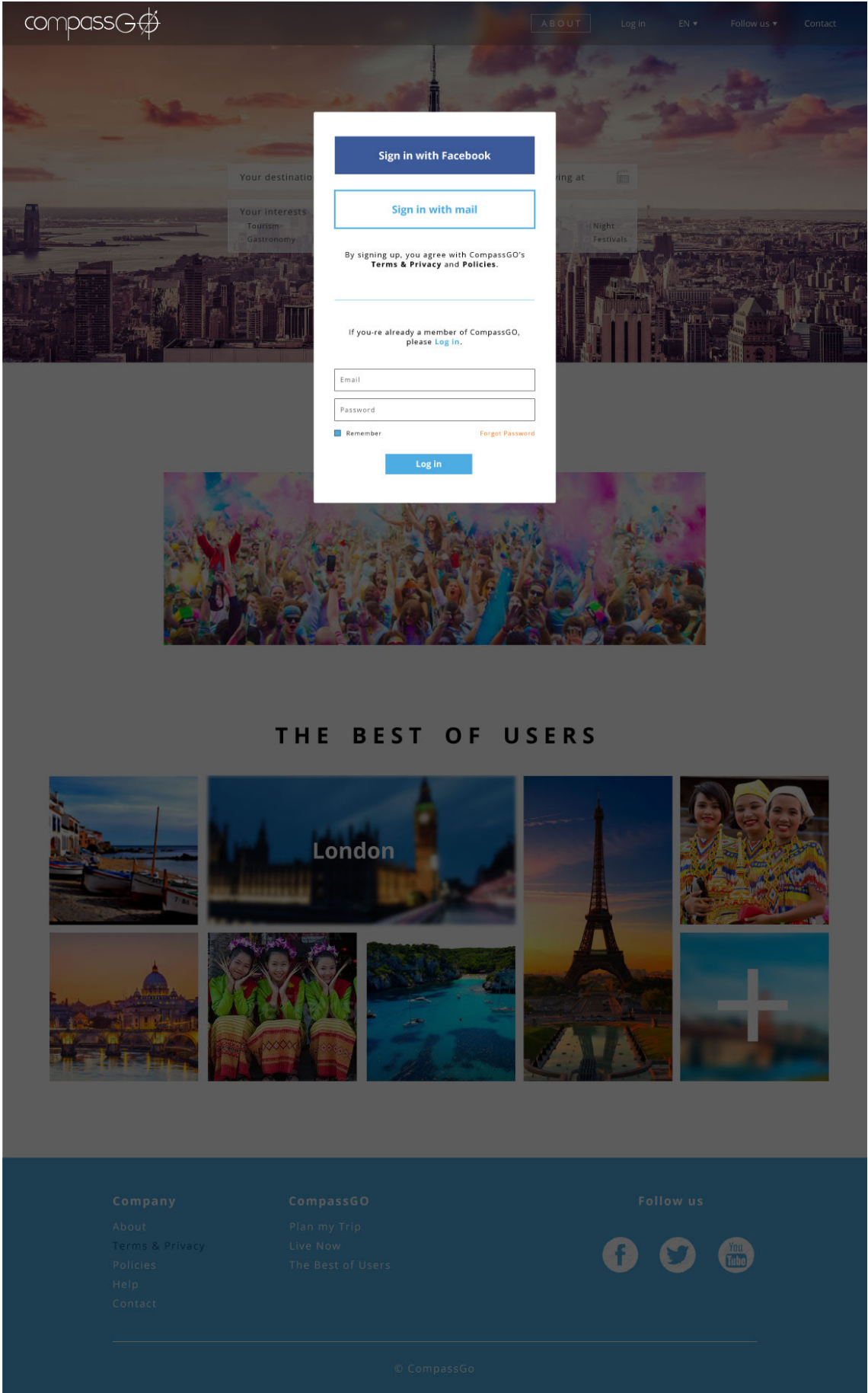


Figura 37. Home de compassGO. Inici sessió

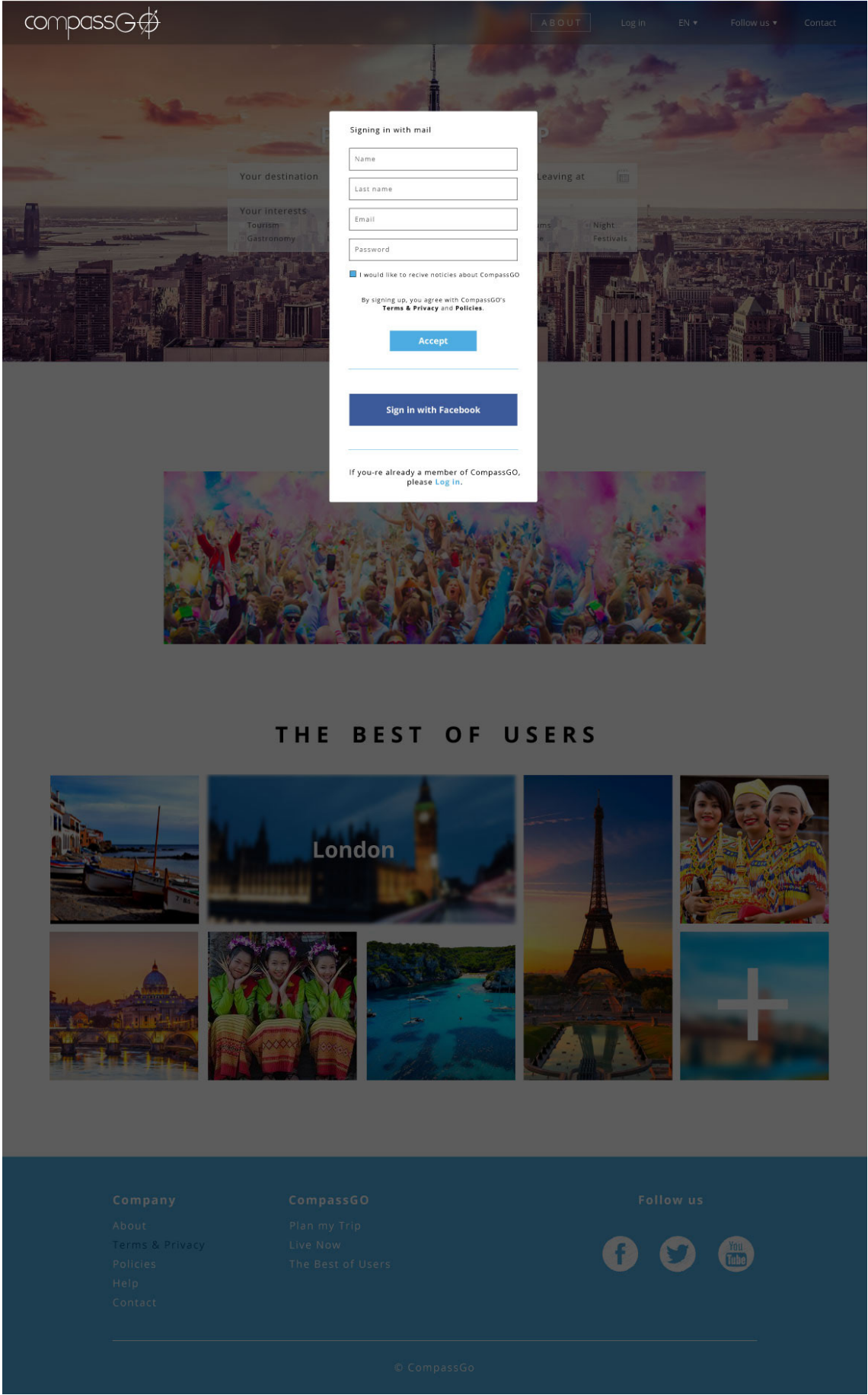


Figura 38. Home de compassGO. Registre



### LIVE NOW



### THE BEST OF USERS

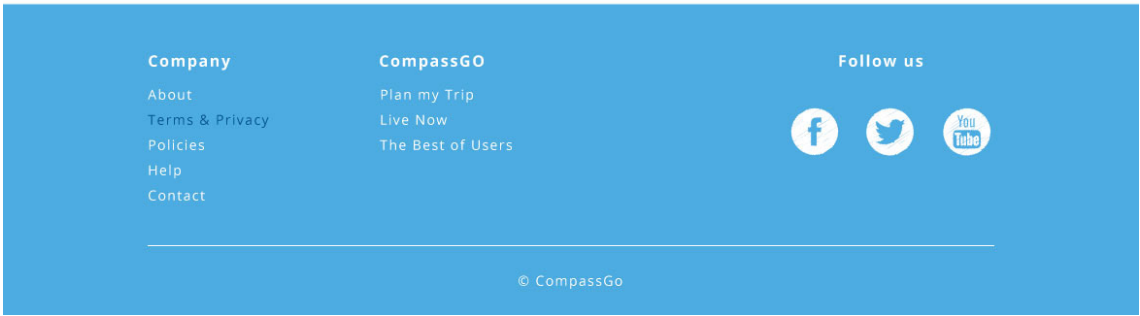
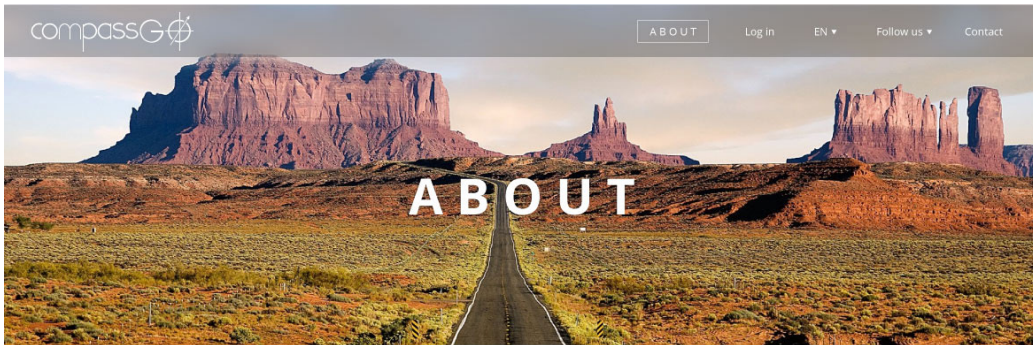



Figura 39. Home de compassGO. Sessió iniciada







Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla elit neque, pretium non dolor eu, eleifend hendrerit tellus. Sed dignissim ipsum ante, vitae semper eros placerat et. Pellentesque egestas, dolor vel tristique lobortis, felis purus tincidunt nisi, vitae condimentum lorem libero consequat felis. Maecenas facilisis, nisi eu consequat pulvinar, augue tellus elementum ante, in fermentum metus risus et dui. Duis sit amet mi sed sapien vulputate dictum nec ut nulla. Etiam laoreet mauris et neque pulvinar pellentesque. Maecenas et enim fermentum, imperdiet nisl ut, semper urna. Quisque at justo justo. Vestibulum porttitor augue in arcu commodo, a commodo mi ullamcorper. Sed vitae mollis velit. Aliquam erat ligula, tempus at libero eget, dignissim venenatis odio. Cras tincidunt fermentum feugiat. Donec nec semper metus, at tincidunt dolor. Maecenas commodo id sem ut pulvinar. Etiam mi lectus, egestas in aliquet ac, hendrerit ac nunc. Fusce sodales hendrerit egestas.



**EMILY**  
"Lorem ipsum dolor sit amet, lksjlsf asjf sfjhl"

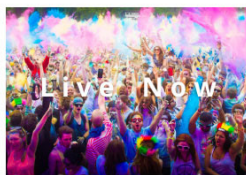


**MARIE**  
" Maecenas facilisis, nisi eu consequat pulvinar "



**NATHAN**  
" Quisque at justo justo. Vestibulum porttitor augue in arcu commodo"

## START AND SHARE YOUR EXPERIENCE



**Company**

- [About](#)
- [Terms & Privacy](#)
- [Policies](#)
- [Help](#)
- [Contact](#)

**CompassGO**

- [Plan my Trip](#)
- [Live Now](#)
- [The Best of Users](#)

**Follow us**








Figura 40. About de compassGO.

## CONTACT US

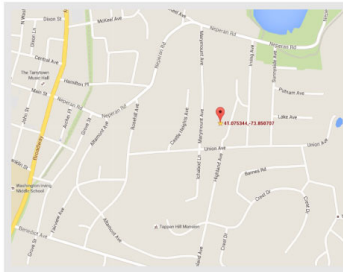
Name

Last name

Email

Your Message

Send



**Company**

- About
- Terms & Privacy
- Policies
- Help
- Contact

**CompassGO**

- Plan my Trip
- Live Now
- The Best of Users

**Follow us**

© CompassGo

Figura 41. Contacte de compassGO.

## TERMS & PRIVACY

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla elit neque, pretium non dolor eu, eleifend hendrerit tellus. Sed dignissim ipsum ante, vitae semper eros placerat et. Pellentesque egestas, dolor vel tristique lobortis, felis purus tincidunt nisi, vitae condimentum lorem libero consequat felis. Maecenas facilisis, nisi eu consequat pulvinar, augue tellus elementum ante, in fermentum metus risus et dui. Duis sit amet mi sed sapien vulputate dictum nec ut nulla. Etiam laoreet mauris et neque pulvinar pellentesque. Maecenas et enim fermentum, imperdiet nisi ut, semper urna. Quisque at justo justo. Vestibulum porttitor augue in arcu commodo, a commodo mi ullamcorper. Sed vitae mollis velit. Aliquam erat ligula, tempus at libero eget, dignissim venenatis odio. Cras tincidunt fermentum feugiat. Donec nec semper metus, at tincidunt dolor. Maecenas commodo id sem ut pulvinar. Etiam mi lectus, egestas in aliquet ac, hendrerit ac nunc. Fusce sodales hendrerit egestas.

**Lorem ipsum**  
sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla elit neque, pretium non dolor eu, eleifend hendrerit tellus. Sed dignissim ipsum ante, vitae semper eros placerat et. Pellentesque egestas, dolor vel tristique lobortis, felis purus tincidunt nisi, vitae condimentum lorem libero consequat felis. Maecenas facilisis, nisi eu consequat pulvinar, augue tellus elementum ante, in fermentum metus risus et dui. Duis sit amet mi sed sapien vulputate dictum nec ut nulla. Etiam laoreet mauris et neque pulvinar pellentesque. Maecenas et enim fermentum, imperdiet nisi ut, semper urna.

**Lorem ipsum**  
sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla elit neque, pretium non dolor eu, eleifend hendrerit tellus. Sed dignissim ipsum ante, vitae semper eros placerat et. Pellentesque egestas, dolor vel tristique lobortis, felis purus tincidunt nisi, vitae condimentum lorem libero consequat felis. Maecenas facilisis, nisi eu consequat pulvinar, augue tellus elementum ante, in fermentum metus risus et dui. Duis sit amet mi sed sapien vulputate dictum nec ut nulla. Etiam laoreet mauris et neque pulvinar pellentesque. Maecenas et enim fermentum, imperdiet nisi ut, semper urna.

**Lorem ipsum**  
sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla elit neque, pretium non dolor eu, eleifend hendrerit tellus. Sed dignissim ipsum ante, vitae semper eros placerat et. Pellentesque egestas,

**Company**

- About
- Terms & Privacy
- Policies
- Help
- Contact

**CompassGO**

- Plan my Trip
- Live Now
- The Best of Users

**Follow us**

© CompassGo

Figura 42. Terms & Privacy de compassGO.

## POLICIES

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla elit neque, pretium non dolor eu, eleifend hendrerit tellus. Sed dignissim ipsum ante, vitae semper eros placerat et. Pellentesque egestas, dolor vel tristique lobortis, felis purus tincidunt nisi, vitae condimentum lorem libero consequat felis. Maecenas facilisis, nisi eu consequat pulvinar, augue tellus elementum ante, in fermentum metus risus et dui. Duis sit amet mi sed sapien vulputate dictum nec ut nulla. Etiam laoreet mauris et neque pulvinar pellentesque. Maecenas et enim fermentum, imperdiet nisi ut, semper urna. Quisque at justo justo. Vestibulum porttitor augue in arcu commodo, a commodo mi ullamcorper. Sed vitae mollis velit. Aliquam erat ligula, tempus at libero eget, dignissim venenatis odio. Cras tincidunt fermentum feugiat. Donec nec semper metus, at tincidunt dolor. Maecenas commodo id sem ut pulvinar. Etiam mi lectus, egestas in aliquet ac, hendrerit ac nunc. Fusce sodales hendrerit egestas.

**Lorem ipsum**  
sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla elit neque, pretium non dolor eu, eleifend hendrerit tellus. Sed dignissim ipsum ante, vitae semper eros placerat et. Pellentesque egestas, dolor vel tristique lobortis, felis purus tincidunt nisi, vitae condimentum lorem libero consequat felis. Maecenas facilisis, nisi eu consequat pulvinar, augue tellus elementum ante, in fermentum metus risus et dui. Duis sit amet mi sed sapien vulputate dictum nec ut nulla. Etiam laoreet mauris et neque pulvinar pellentesque. Maecenas et enim fermentum, imperdiet nisi ut, semper urna.

**Lorem ipsum**  
sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla elit neque, pretium non dolor eu, eleifend hendrerit tellus. Sed dignissim ipsum ante, vitae semper eros placerat et. Pellentesque egestas, dolor vel tristique lobortis, felis purus tincidunt nisi, vitae condimentum lorem libero consequat felis. Maecenas facilisis, nisi eu consequat pulvinar, augue tellus elementum ante, in fermentum metus risus et dui. Duis sit amet mi sed sapien vulputate dictum nec ut nulla. Etiam laoreet mauris et neque pulvinar pellentesque. Maecenas et enim fermentum, imperdiet nisi ut, semper urna.

**Lorem ipsum**  
sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla elit neque, pretium non dolor eu, eleifend hendrerit tellus. Sed dignissim ipsum ante, vitae semper eros placerat et. Pellentesque egestas,

**Company**

- About
- Terms & Privacy
- Policies
- Help
- Contact

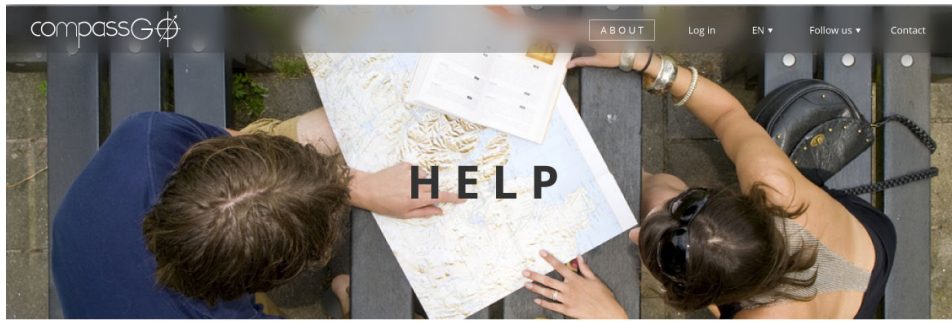
**CompassGO**

- Plan my Trip
- Live Now
- The Best of Users

**Follow us**

© CompassGo

Figura 43. Policies de compassGO.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit? ▼

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla elit neque, pretium non dolor eu, eleifend hendrerit tellus. Sed dignissim ipsum ante, vitae semper eros placerat et. Pellentesque egestas, dolor vel tristique lobortis, felis purus tincidunt nisi, vitae condimentum lorem libero consequat felis. Maecenas facilisis, nisi eu consequat pulvinar, augue tellus elementum ante, in fermentum metus risus et dui. Duis sit amet mi sed sapien vulputate dictum nec ut nulla. Etiam laoreet mauris et neque pulvinar pellentesque. Maecenas et enim fermentum, imperdiet nisl ut, semper urna. Quisque at justo justo. Vestibulum porttitor augue in arcu commodo, a commodo mi ullamcorper. Sed vitae mollis velit. Aliquam erat ligula, tempus at libero eget, dignissim venenatis odio. Cras tincidunt fermentum feugiat. Donec nec semper metus, at tincidunt dolor. Maecenas commodo id sem ut pulvinar. Etiam mi lectus, egestas in aliquet ac, hendrerit ac nunc. Fusce sodales hendrerit egestas.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit? ▼

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit? ▼

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit? ▼

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit? ▼

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit? ▼

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit? ▼

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit? ▼

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit? ▼




Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit? ▼

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit? ▼

If you don't find answer **Contact us**

**Company**  
About  
Terms & Privacy  
Policies  
Help  
Contact

**CompassGO**  
Plan my Trip  
Live Now  
The Best of Users

**Follow us**  


---

© CompassGo

Figura 44. Help de compassGO.



## NATHAN

edit information

### Basic information

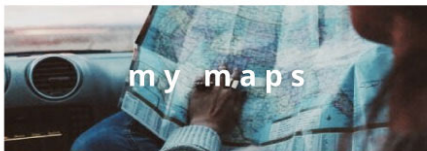
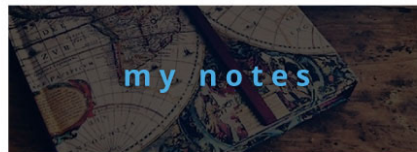
24 / 04 / 1986  
29 years  
United States, NY  
Language: EN

### Travel information

Travel alone  
Economic tourism

### Travel interests

Tourism  
Bike routes  
Gastronomy  
Watter sports



## MY NOTES



### Company

About  
Terms & Privacy  
Policies  
Help  
Contact

### CompassGO


Plan my Trip  
Live Now  
The Best of Users

### Follow us



Figura 45. Presfil d'usuari compassGO.

compassGO ⌵



**NATHAN**

**Basic information**  
 24 / 04 / 1986  
 29 years  
 United States, NY  
 Language: EN

**Travel information**  
 Travel alone  
 Economic tourism

- Plan my trip**

---

- Live Now**

---

- The best of users**

---

- Contact




---


- Help

---

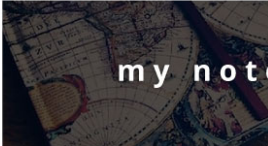
- Logout

---

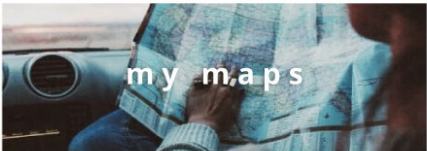







my trips



my notes



my maps



favourite


**Company**

- About
- Terms & Privacy
- Policies
- Help
- Contact

**CompassGO**

- Plan my Trip
- Live Now
- The Best of Users

Fo



---

© CompassGo

Figura 46. Menú d'usuari de compassGO.



Your destination


Arriving at

Leaving at


Your interests

- Tourism
- Practice sports
- Culture
- Museums
- Night
- Gastronomy
- Live sports
- Concerts
- Theatre
- Festivals


[SEARCH](#)



**EMILY**  
"Lorem ipsum dolor sit amet, lksjlsf asjf sfjhl"



**MARIE**  
" Maecenas facilisis, nisi eu consequat pulvinar "



**NATHAN**  
" Quisque at justo justo. Vestibulum porttitor augue in arcu commodo"

### compassGO EXPERIENCES

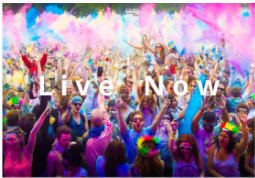
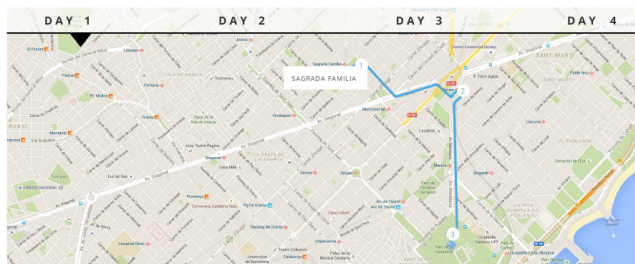








Figura 47. Secció Plan my trip



 <p><b>SAGRADA FAMILIA</b> From 9am to 11:30 am</p> <p><a href="#">More information</a></p>	 <p><b>TORRE AGBAR</b> From 12 pm to 1 pm</p> <p><a href="#">More information</a></p>	 <p><b>LAS GLORIES</b> Lunch. From 1:30pm to 3pm</p> <p><a href="#">More information</a></p>
 <p><b>CIUTADELLA</b> From 3am to 5:30 pm</p> <p><a href="#">More information</a></p>	 <p><b>BARCELONETA</b> From 6am to 8pm</p> <p><a href="#">More information</a></p>	 <p><b>BARCELONETA</b> Dinner. From 8pm to 10pm</p> <p><a href="#">More information</a></p>

SAVE ROUTE	ADD TO FAVOURITES	SHARE	SEND

<b>ABOUT BARCELONA</b>	<b>TIPS</b>	<b>MAPS</b>




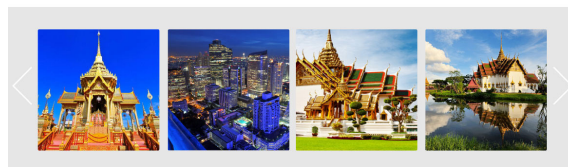
<p><b>Company</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>About</li> <li>Terms &amp; Privacy</li> <li>Policies</li> <li>Help</li> <li>Contact</li> </ul>	<p><b>CompassGO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plan my Trip</li> <li>Live Now</li> <li>The Best of Users</li> </ul>	<p><b>Follow us</b></p>   
© CompassGo		

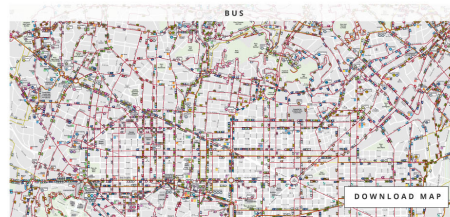
Figura 48. Secció de la ruta de viatge



Barcelona is the capital city of the autonomous community of Catalonia, with a population of 1.6 million within its administrative limits. Its urban area extends beyond the administrative city limits with a population of around 4.7 million people, being the sixth-most populous urban area in the European Union after Paris, London, Madrid, the Ruhr area, and Milan.[3] It is the largest metropolis on the Mediterranean Sea, located on the coast between the mouths of the rivers Llobregat and Besòs, and bounded to the west by the Serra de Collserola mountain range, the tallest peak of which is 512 metres (1,680 ft) high.



CULTURE TRANSPORT WEATHER ACOMMODATION



**Barcelona metro operating hours**

Monday to Thursday: 5.00 am until midnight.  
 Fridays and eves of public holidays: 5.00 to 2.00.  
 Saturdays: from 5.00 am and runs all night.  
 Sundays: until midnight.  
 Public holidays during the week: midnight.

Spacial Days: 24 December: 5.00am to 11.00pm.

Other nights with continuous service in 2015:

- Night of 23-24 June (Saint John's Eve)
- 14-15 August (Gràcia Festival)
- 18-19 September (La Mercè)
- 23-24 September (La Mercè)
- 31 December- 1 January (New Year's Eve)

**Montjuïc funicular operating hours**

Autumn-winter  
 Monday to Friday: 7.30 am to 8.00 pm  
 Saturday, Sunday and public holidays: 9.00 am to 8.00 pm

Spring-summer  
 Monday to Friday: 7.30 am to 10.00 pm  
 Saturday, Sunday and public holidays: 9.00 am to 10.00 pm

**Barcelona bus operating hours**

TMB provides a daytime urban bus service in Barcelona and an interurban service in some towns in the metropolitan area.

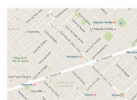
BUY TICKETS



**ABOUT BARCELONA**



**TIPS**



**MAPS**

Company: About, Terms & Privacy, Policies, Help, Contact

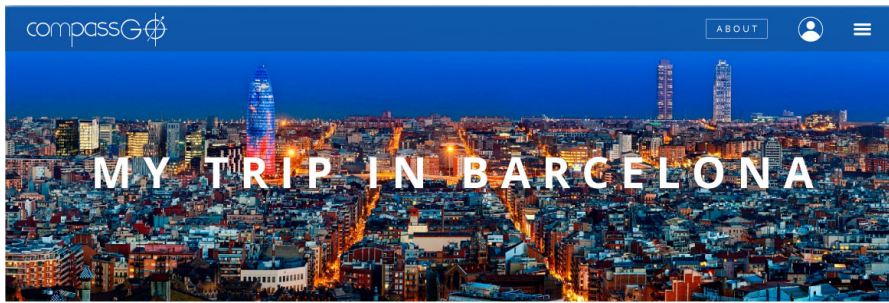
CompassGO: Plan my Trip, Live Now, The Best of Users

Follow us: Facebook, Twitter, YouTube icons

© CompassGO

Figura 49. Secció d'informació general del destí





WHAT TO DO    SCHEDULE    **HOW TO GET THERE**    TIPS

**Subway**

Red line (line 1) - Marina  
Yellow line (line 4) - Barceloneta

**Bus**

Line 12 - Ciutadella  
Line 125 - Ciutadella  
Line 9 - Ciutadella

**Address**

Pg Picasso, 21. Ciutat Vella

**Area**

Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera

**City**

Barcelona

DOWNLOAD MAP

BUY TRANSPORT TICKETS

WEBSITE



SAVE ROUTE



ADD TO FAVOURITES



SHARE



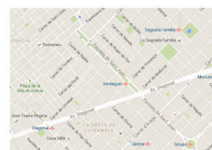
SEND



**ABOUT  
BARCELONA**



**TIPS**



**MAPS**

**Company**

About  
Terms & Privacy  
Policies  
Help  
Contact

**CompassGO**

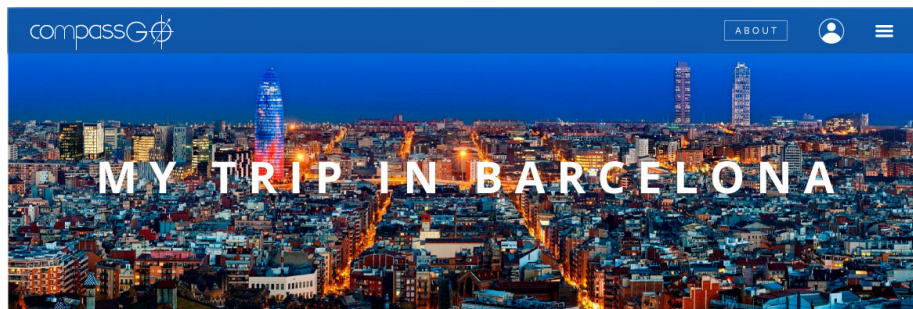
Plan my Trip  
Live Now  
The Best of Users

**Follow us**



© CompassGo

Figura 50. Secció d'informació sobre llocs del destí



WHAT TO DO   **SCHEDULE**   HOW TO GET THERE   TIPS

Period	Days	Hours
From 1 November to 31 March	Every day	10:00 to 22:30
From 1 April to 31 October	Every day	10:00 to 22:30

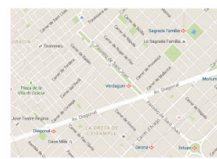
[DOWNLOAD MAP](#)   
 [BUY TRANSPORT TICKETS](#)   
 [WEBSITE](#)



**ABOUT  
BARCELONA**



**TIPS**



**MAPS**

**Company**

- About
- Terms & Privacy
- Policies
- Help
- Contact

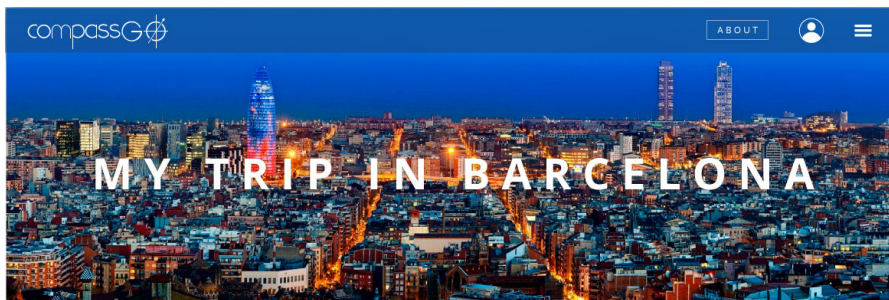
**CompassGO**

- Plan my Trip
- Live Now
- The Best of Users

**Follow us**

© CompassGo

Figura 51. Secció d'informació sobre llocs del destí



CIUTADELLA

WHAT TO DO SCHEDULE HOW TO GET THERE TIPS

Subway

Red line (line 1) - Marina  
Yellow line (line 4) - Barceloneta

Bus

Line 12 - Ciutadella  
Line 125 - Ciutadella  
Line 9 - Ciutadella

Address

Pg Picasso, 21. Ciutat Vella

Area

Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera

City

Barcelona

DOWNLOAD MAP

BUY TRANSPORT TICKETS

WEBSITE



SAVE ROUTE



ADD TO FAVOURITES



SHARE



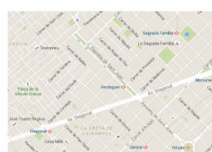
SEND



ABOUT  
BARCELONA



TIPS



MAPS

Company

About  
Terms & Privacy  
Policies  
Help  
Contact

CompassGO

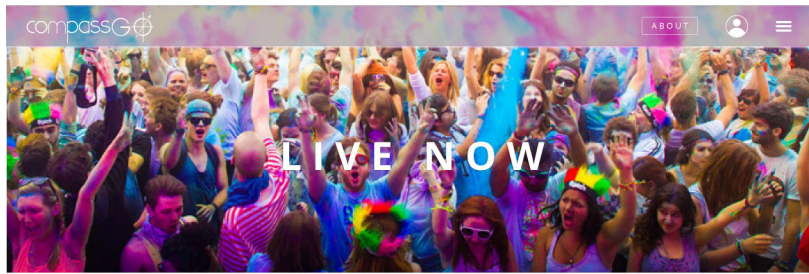
Plan my Trip  
Live Now  
The Best of Users

Follow us



© CompassGo

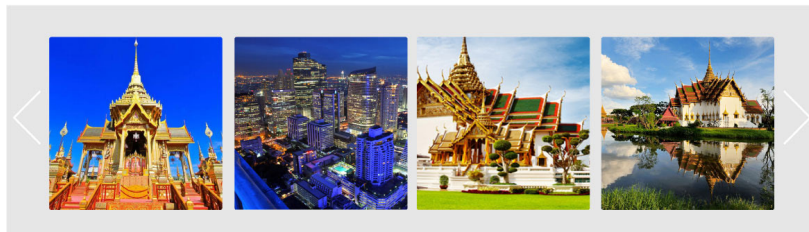
Figura 52. Secció d'informació sobre llocs del destí



## BANGKOK

### Lorem ipsum

sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla elit neque, pretium non dolor eu, eleifend hendrerit tellus. Sed dignissim ipsum ante, vitae semper eros placerat et. Pellentesque egestas, dolor vel tristique lobortis, felis purus tincidunt nisi, vitae condimentum lorem libero consequat felis. Maecenas facilisis, nisi eu consequat pulvinar, augue tellus elementum ante, in fermentum metus risus et dui. Duis sit amet mi sed sapien vulputate dictum nec ut nulla. Etiam laoreet mauris et neque pulvinar pellentesque. Maecenas et enim fermentum, imperdiet nisl ut, semper urna. Duis sit amet mi sed sapien vulputate dictum nec ut nulla. Etiam laoreet mauris et neque pulvinar pellentesque. Maecenas et enim fermentum, imperdiet nisl ut, semper urna.



**EMILY**

"Lorem ipsum dolor sit amet, lksjbsf asjfr s'fjhi"



**MARIE**

" Maecenas facilisis, nisi eu consequat pulvinar "



**NATHAN**

" Quisque at justo justo. Vestibulum porttitor augue in arcu commodo "



**ADAM**

" Quisque at justo justo. Vestibulum porttitor augue in arcu commodo "

**Company**

- About
- Terms & Privacy
- Policies
- Help
- Contact

**CompassGO**

- Plan my Trip
- Live Now
- The Best of Users

**Follow us**

---

© CompassGo

Figura 53. Secció Live now

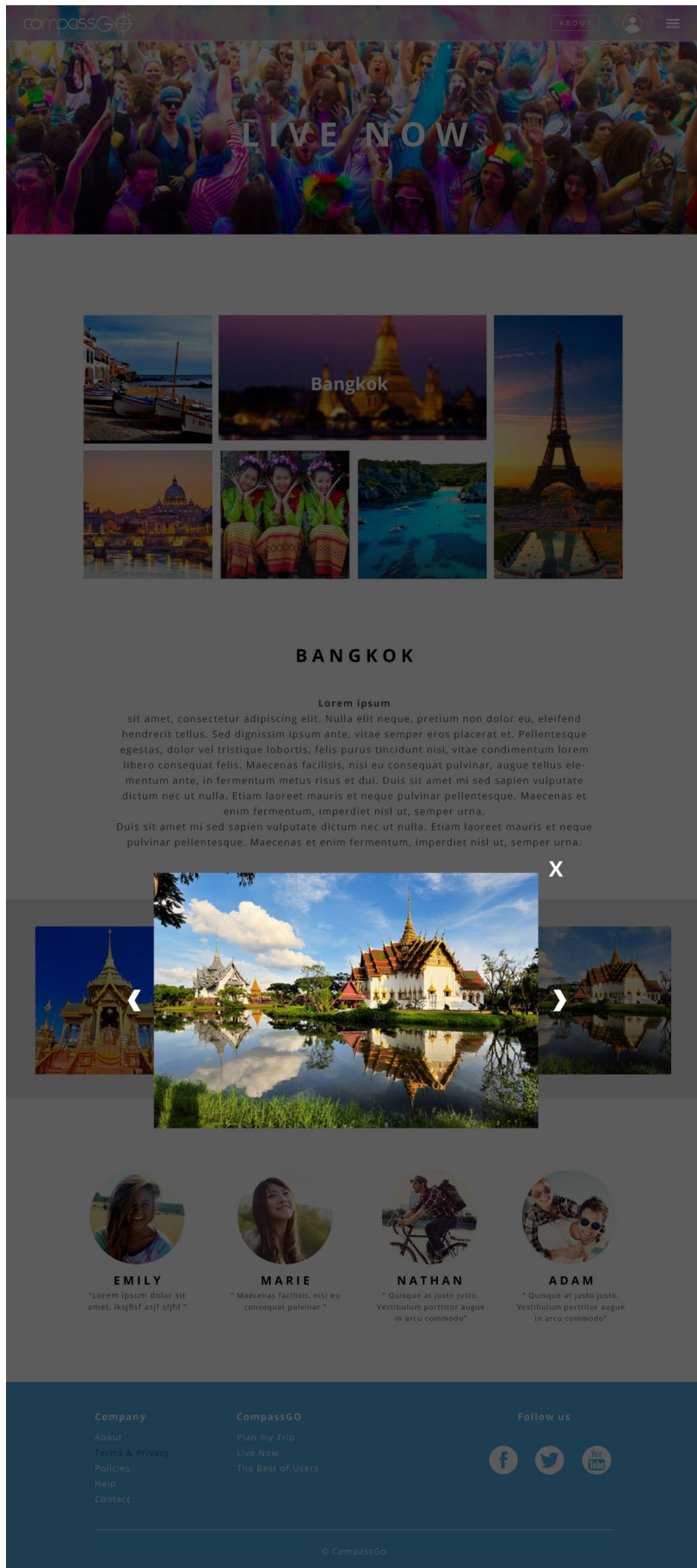
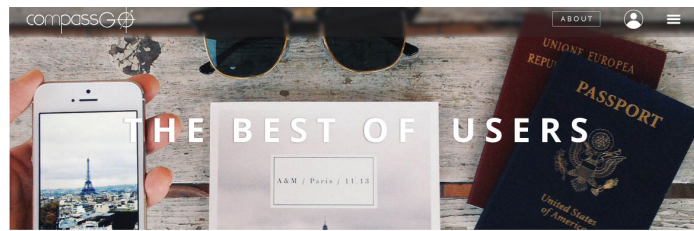


Figura 54. Secció Live now. Galeria d'imatges



Search by city

Search by user



### RECOMMENDED ROUTES FOR THIS MONTH



3 days in  
**BRUSSELS**



4 days in  
**PRAGUE**



2 days in  
**BERLIN**

### ADD YOUR BEST ROUTE

If you want to recommend a route, your favourite places or whatever you want about your city or the cities where you have been, complete this form and share your experience with other compassGo's users.

Destination	Route Days	Recommended season
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Route for interested in:

<input checked="" type="checkbox"/> Tourism	<input type="checkbox"/> Practice sports	<input type="checkbox"/> Culture	<input type="checkbox"/> Museums	<input type="checkbox"/> Night
<input type="checkbox"/> Gastronomy	<input type="checkbox"/> Live sports	<input type="checkbox"/> Concerts	<input type="checkbox"/> Theatre	<input type="checkbox"/> Festivals

1st Day Planing

2nd Day Planing

⋮

Add maps	Add pictures
<input type="text" value="Search"/>	<input type="text" value="Search"/>

**SEND**

Figura 55. Secció The best of users

# 18

## DISSENY DE L'APLICACIÓ

Un cop finalitzat el procés de disseny del web i definits aspectes com la mostra i col·locació de continguts, així com l'estil general de visualització del web, s'ha procedit a realitzar el disseny de l'aplicació.

En primer lloc cal tenir en compte que no es tracta d'un disseny *responsive* a partir del web sinó que és un producte independent que, tot i tenir molt a veure amb el web, pot funcionar pel seu compte. Així doncs, s'han seguit les línies generals marcades sobre la identitat del nostre producte però s'han introduït molts canvis per tal d'adaptar la visualització a una aplicació.

Com ja hem vist anteriorment, la majoria dels usuaris que es descarreguin l'aplicació seran usuaris avançats que ja estan acostumats a moure's i a navegar a través de dispositius petits, però no hem d'oblidar que l'aplicació pot tenir una minoria d'usuaris que no estiguin tan habituats a utilitzar smartphones.

Així doncs, a l'hora de plantejar el disseny, s'han volgut mantenir moltes de les funcionalitats que s'acostumen a trobar a les aplicacions així com l'estil de navegació més comú. D'aquesta manera aconseguim que molts dels nostres usuaris navegin molt més intuitivament que si ho fessin en una plataforma completament nova.

Tal i com s'ha fet amb el disseny del web, també s'ha creat un prototip per poder navegar per l'aplicació i interaccionar amb els elements. Cal tenir en compte, també, que és molt general i que moltes de les opcions no estan actives com, per exemple, l'aparició del menú en les pàgines (només es pot obrir a la *home*).

### [Prototip de l'aplicació](#)

Veiem a continuació el disseny plantejat per l'aplicació de compassGO.

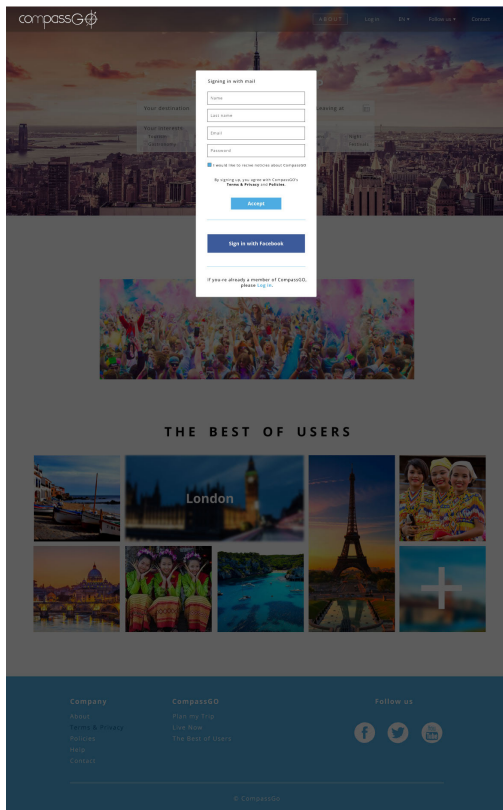


Figura 56. Icone de compassGO

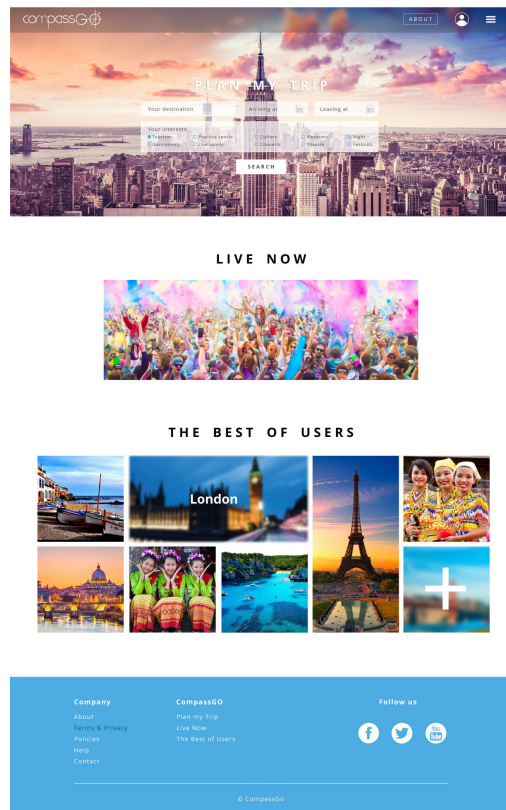


Figura 57. Càrrega de l'aplicació de compassGO

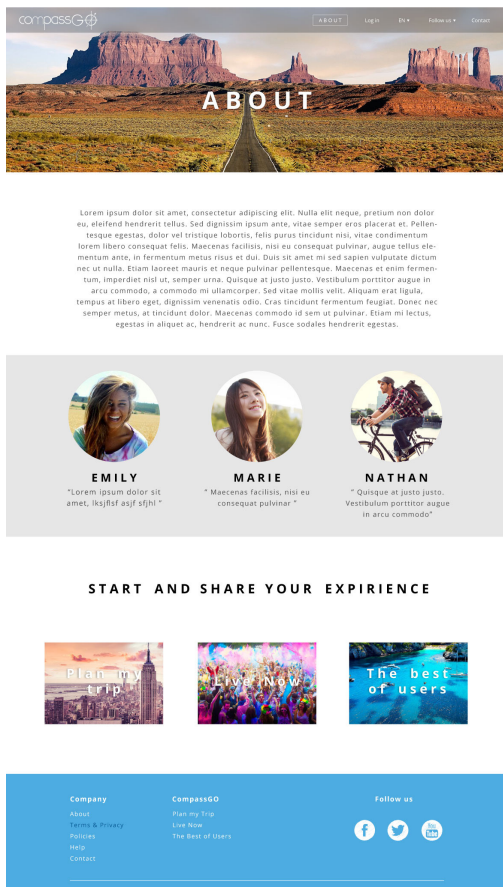


Figura 58. Inici de sessió

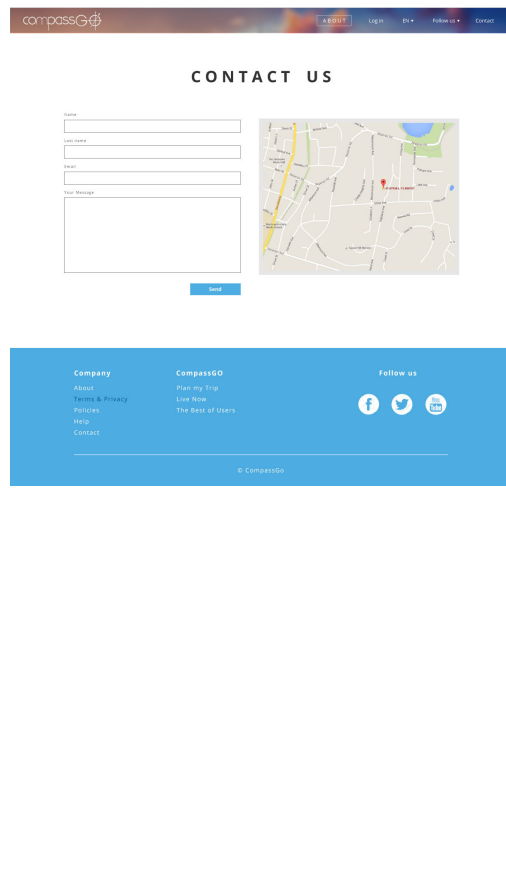


Figura 59. Registre



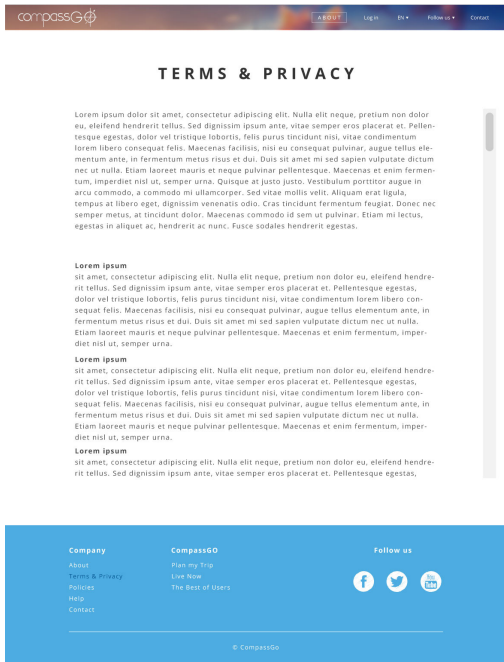


Figura 60. Home de l'aplicació

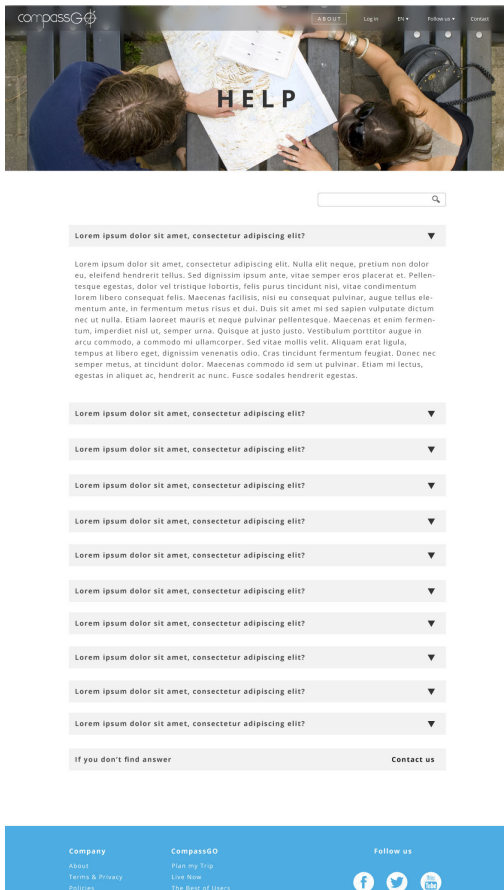


Figura 62. About de compassGO

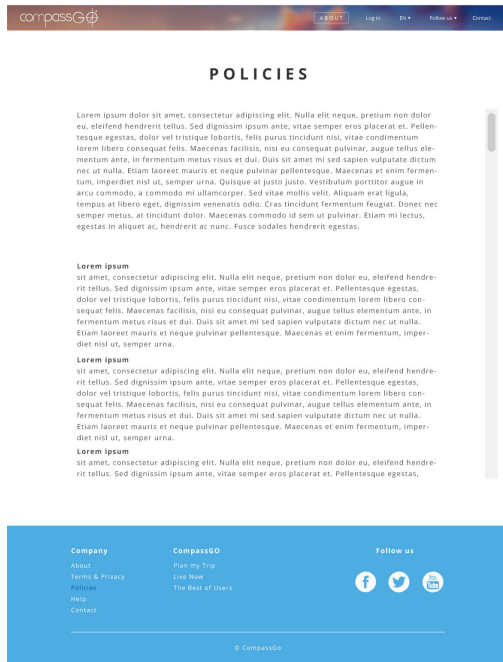


Figura 61. Menú fixe de l'aplicació

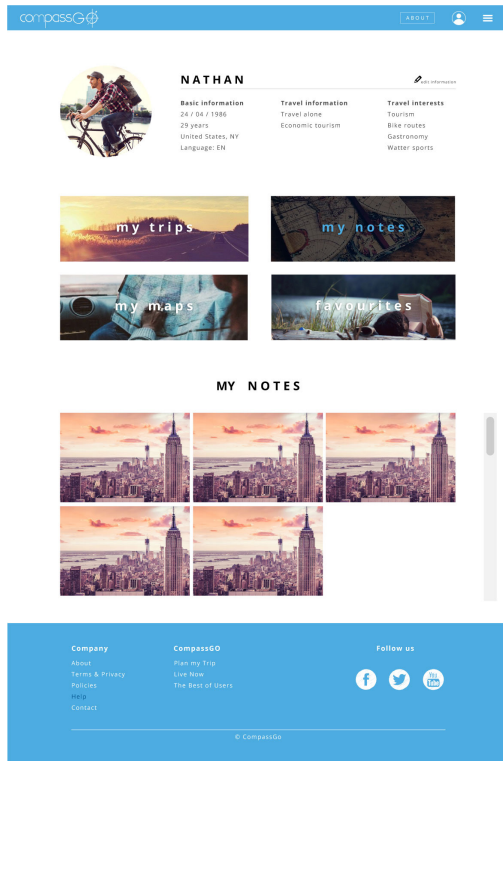


Figura 63. Contact de compassGO

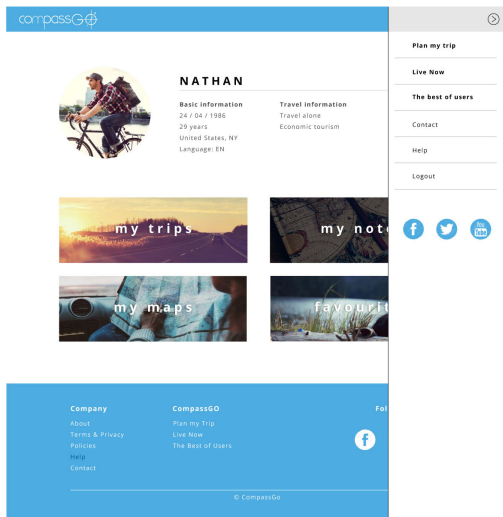


Figura 64. Terms & privacy de compassGO

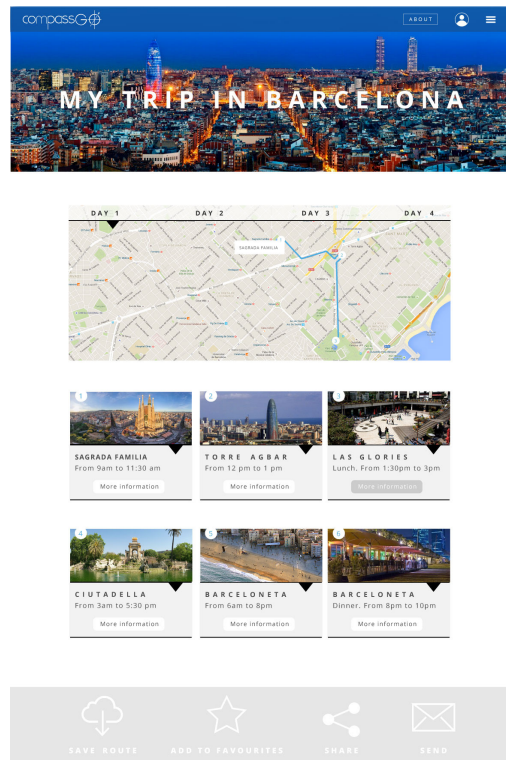


Figura 65. Help de compassGO

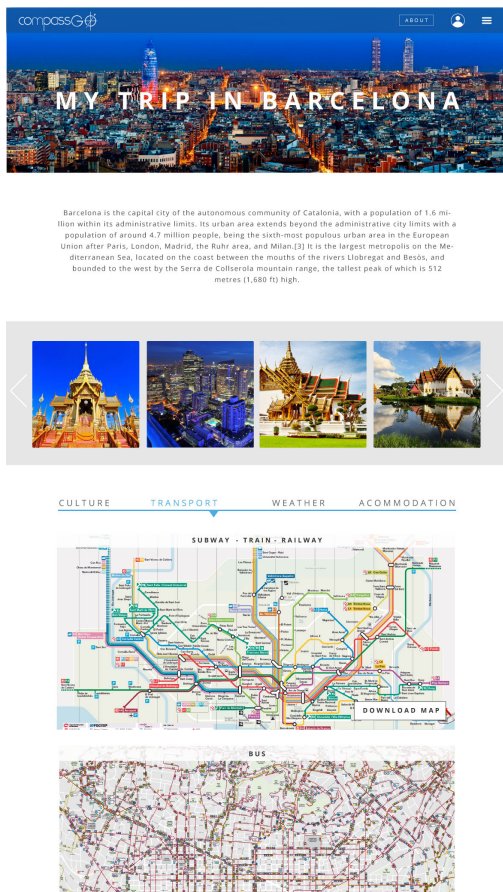


Figura 66. Secció My trips

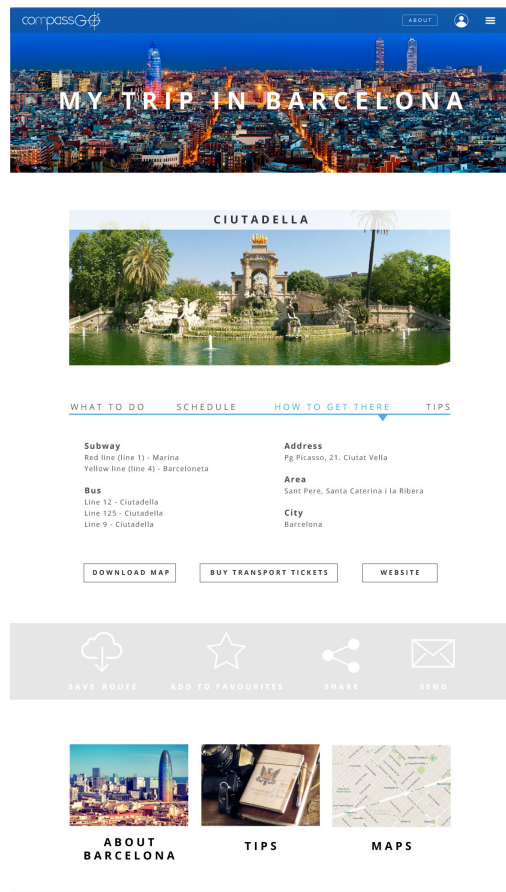


Figura 67. Secció del viatge seleccionat

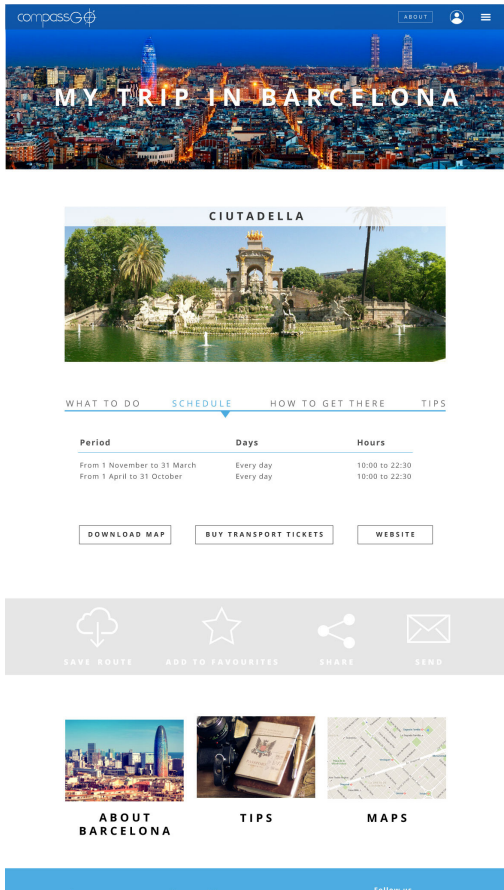


Figura 68. Ruta del viatge

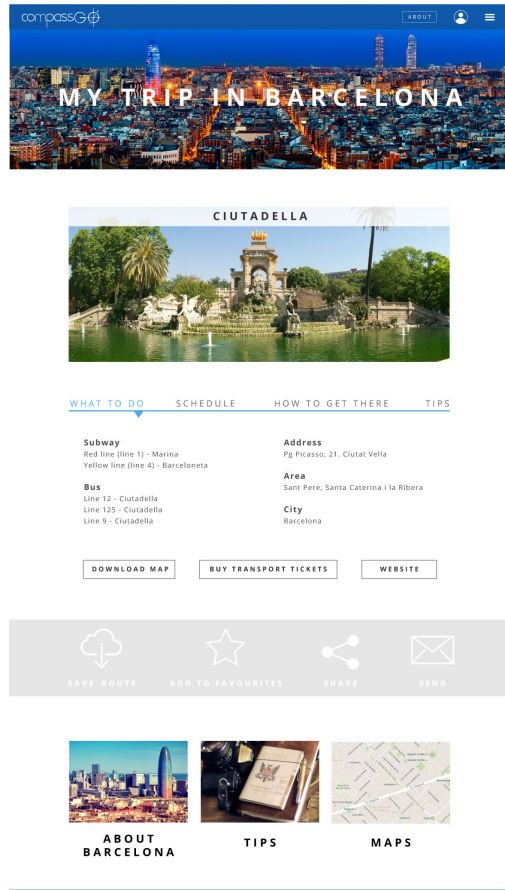


Figura 69. Informació dels llocs a visitar

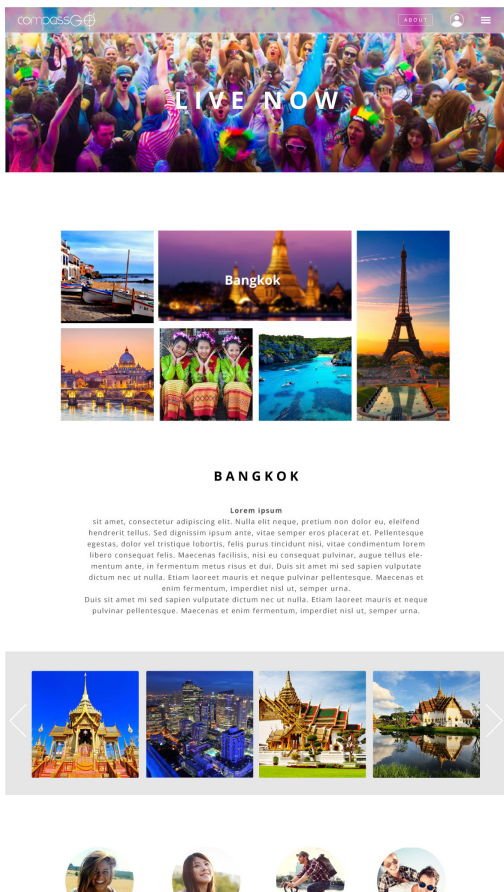


Figura 70 .Informació del destí

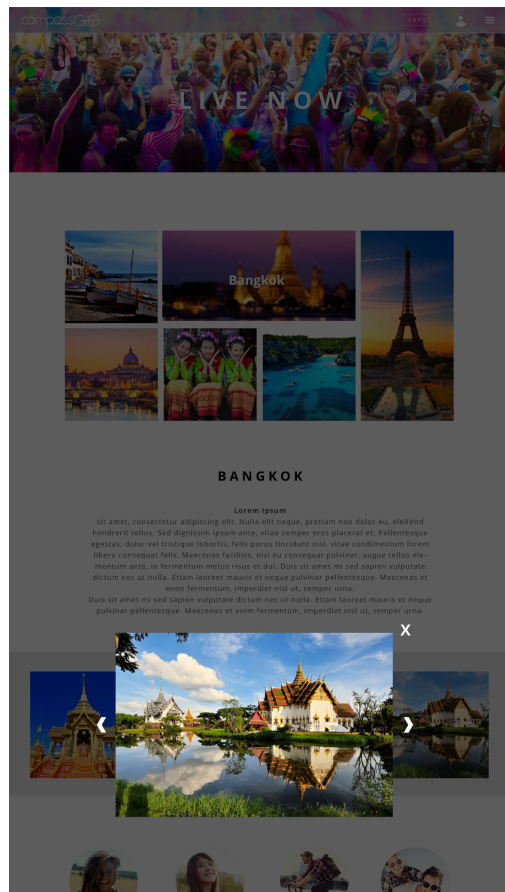


Figura 71. Informació de transport

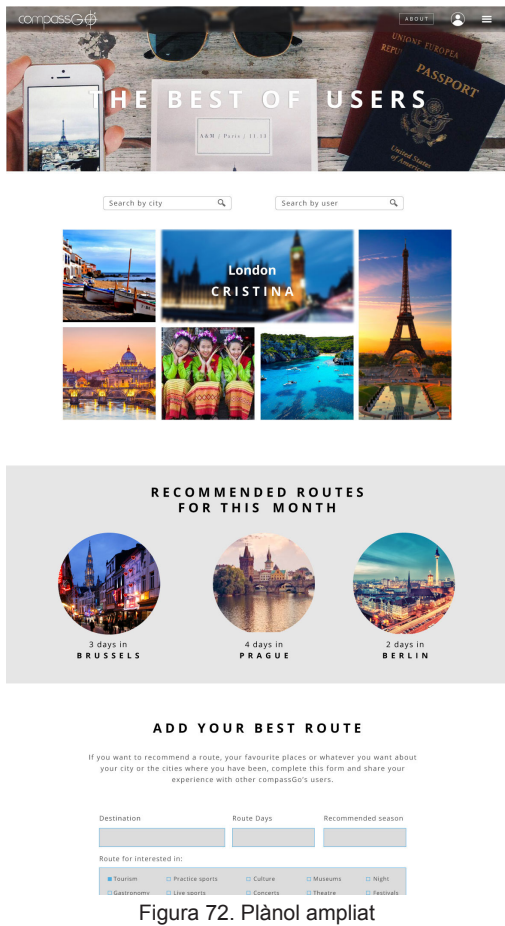


Figura 72. Plànol ampliat

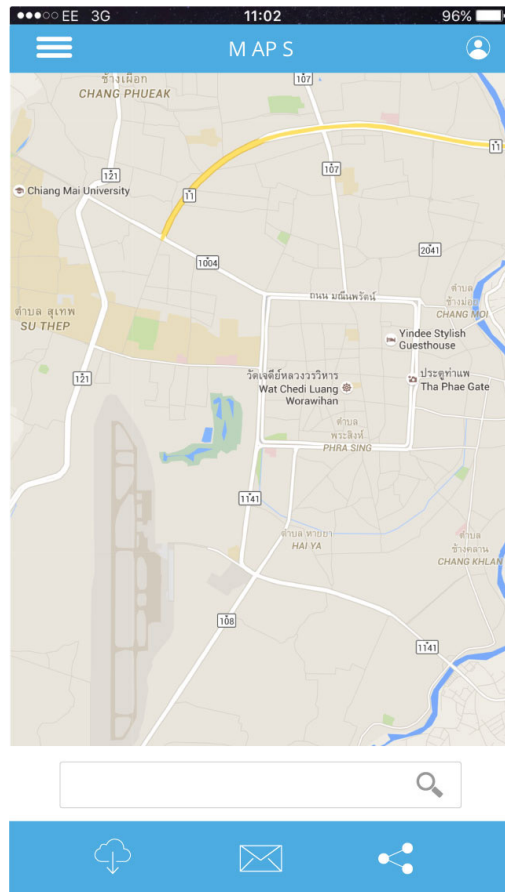


Figura 73. Cerca de plànols

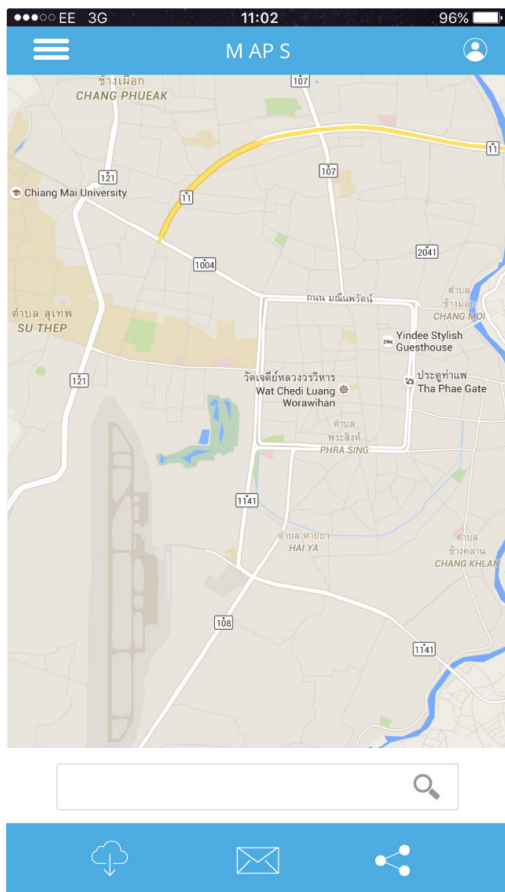


Figura 74. Perfil d'usuari

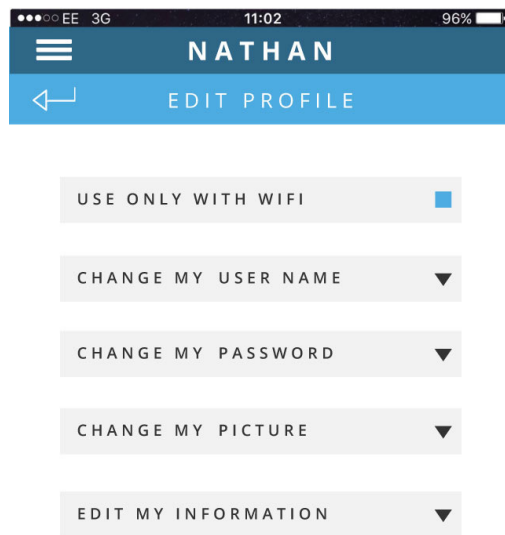


Figura 75. Edició del perfil d'usuari



Figura 76. Plànols guardats

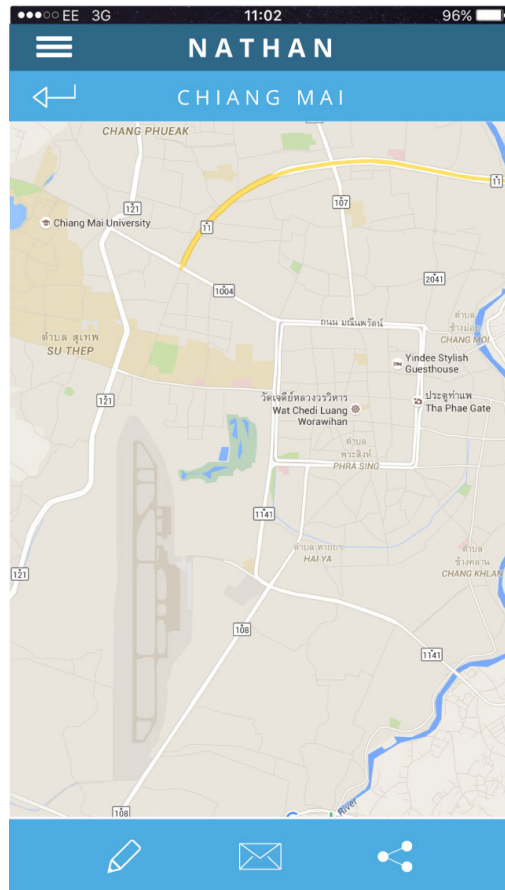


Figura 77. Plànol modificable

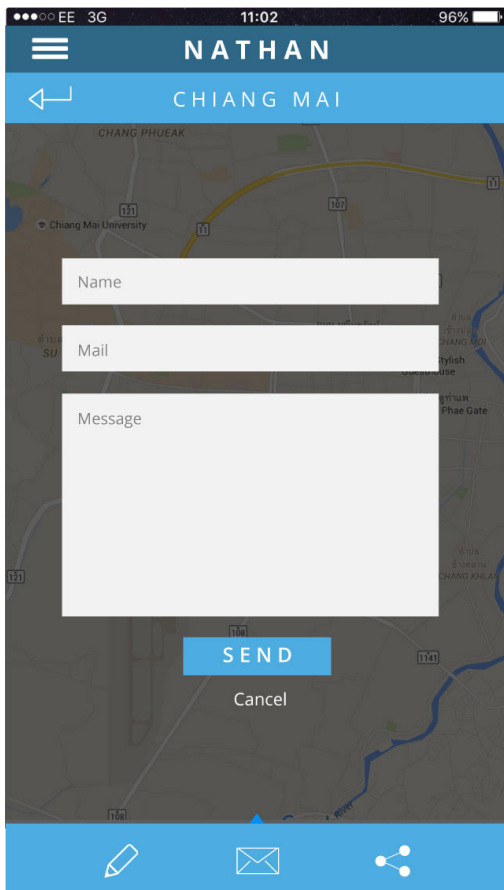


Figura 78. Enviar plànol

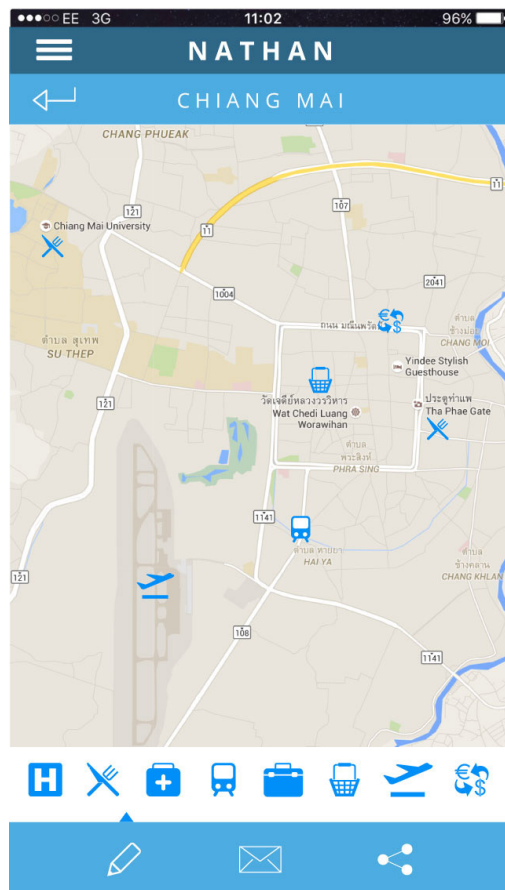


Figura 79. Editar plànol

# 19

## PRESSUPOST

### DADES CLIENT

NOM FISCAL:  
CONTACTE:  
DNI / CIF:  
CORREU:  
TELÈFON:

### DADES PRESUPOST

NOM DISSEÑADOR: Sarai Risueño  
CORREU: xxxxx@xxxx.com  
TELÈFON: xxx xxx xxx  
NÚM. PRESSUPOST: 001-2015  
DATA: 19-10-2015

### DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE

Creació i desenvolupament de la marca CompassGo. Identitat gràfica (*naming*, logotip, etc.), definició de continguts del web i de la aplicació, i disseny de les dues plataformes seguint les pautes d'estil acordades prèviament.

#### CREACIÓ DE LA IDENTITAT GRÀFICA 1.700,00€

Definició de *naming*  
Disseny de logotip  
Definició de pautes d'estil

#### DEFINICIÓ DE CONTINGUTS 800,00€

Creació de l'arquitectura del web + prototips  
Creació de l'arquitectura de l'aplicació + prototips

#### DISSENY WEB 2.500,00€

Disseny de la pàgina landing  
Disseny de les seccions del web  
Disseny de la interacció  
Proves d'usabilitat

#### DISSENY APLICACIÓ 1.700,00€

Disseny de la pàgina landing  
Disseny de les seccions del web  
Disseny de la interacció  
Proves d'usabilitat

#### TOTAL PRESSUPOST (SENSE 21% IVA) 6.700,00€

Terminis d'entrega:  
Forma de pagament: xxxxxxxxxxxx

# 20

## VIABILITAT

A l'hora de parlar de la viabilitat del projecte hem de tenir en compte dos aspectes diferenciats: la viabilitat del concepte i la viabilitat tècnica.

Pel que fa a la viabilitat del concepte i tenint en compte l'estudi de mercat que s'ha fet i els resultats de l'enquesta, es pot afirmar que el projecte tindria una bona acceptació entre el seu mercat objectiu. És un tipus de producte que no existeix i la finalitat del qual està en facilitar l'organització dels viatges a qualsevol persona. Amb l'actual creixement de la indústria del turisme i del turisme lowcost en el que els viatgers fan escapades més austeres evitant la contractació de serveis cars, un web que t'ajudi a tenir de manera ràpida i fàcil tota la informació que necessites, així com la teva planificació, tindria èxit assegurat entre els usuaris. A més, encara ho reforça més la opció de poder comptar amb una aplicació al mòbil que, sense tenir connexió a Internet, et permeti tenir sempre a sobre tot el que necessites un cop et trobes al lloc de destí.

D'altra banda, hem de tenir en compte la viabilitat tècnica del projecte, és a dir, el procés de desenvolupament tant del web com de l'aplicació. En aquest cas, la viabilitat no és tan clara, ja que la programació del web i l'aplicació requereix una base de dades molt extensa, amb informació molt específica de moltes ciutats i de molts llocs. Per poder desenvolupar aquesta base de dades, caldria abans un procés de documentació molt extens i després programar-ne la base de dades. No és un procés impossible, però sí llarg.

Tot i així, la posta en marxa real del projecte hauria de ser progressiva. És a dir, per saber si la idea funciona, caldria començar amb unes ciutats o zona concreta com, per exemple, les 4 ciutats amb més turisme d'Europa. D'aquesta manera, el projecte es podria iniciar de manera més ràpida tenint una bona base de documentació d'aquestes ciutats i, paral·lelament al seu funcionament, seguir amb la documentació per anar augmentant el nombre de ciutats i de serveis oferts a les plataformes.

Així doncs, el que frenaria la viabilitat del projecte és tot el procés de documentació i la programació d'una bona base de dades que permetés generar les diferents rutes a partir dels paràmetres introduïts pels usuaris.

# 21

## PROJECCIÓ DE FUTUR

El principal pas per a dotar de futur al projecte és seguir amb el seu desenvolupament. En primer lloc amb el procés de documentació i, posteriorment, amb la programació i implementació del web i de l'aplicació.

Cal tenir en compte que un projecte d'aquest tipus requereix d'una atenció i actualització constant, ja que hi ha moltes dades que poden variar constantment (preus, transport, horaris, etc.) i, per tant, caldria una persona dedicada exclusivament a revisar els continguts ja publicats al web mentre d'altres es documenten sobre nous destins.

D'altra banda, caldrà tenir en compte que el món online està en canvi constant i que, possiblement, durant el cicle de vida del web o de l'aplicació s'hauran d'anar fent adaptacions i millores a partir de les actualitzacions de les tecnologies existents o a partir de noves tecnologies que vagin sorgint.

En cas que el projecte existís i funcionés, es podrien anar afegint noves funcionalitats per a fer-lo més dinàmic. Un exemple seria introduir una secció en la que els usuaris es poguessin comunicar entre ells i que poguessin fer suggeriments sobre les seves ciutats (informar d'esdeveniments puntuals, donar consells, etc.) o que ells mateixos ens ajudessin a millorar el nostre web amb informació que creguin que ens falta.

Una altra opció per a millorar i completar el projecte podria ser fer convenis amb altres pàgines d'èxit vinculades amb els viatges com, per exemple Airbnb o Couchsurfing, i que a través de la nostra planificació els poguessin suggerir allotjament depenent dels llocs on vulguin anar.

Tot i així, caldrà tenir en compte que qualsevol ampliació o futures millores estaran sempre vinculades amb el model de projecte que s'ha creat en un inici, i serà important no caure en l'error d'anar ampliant amb seccions que més que ajudar als usuaris, els facin perdre's i embolicar-se amb seccions menys importants que facin perdre l'essència inicial.



# 22

## CONCLUSIONS

Encarar un projecte d'aquestes dimensions i en un temps reduït és sempre un repte per a qualsevol, i més si es tracta d'un projecte personal, creat i pensat des d'un principi per un mateix. Al llarg de la nostra vida universitària i professional ens ha tocat i ens tocarà desenvolupar projectes que ens agradin més o menys, però molt poques vegades tindrem la oportunitat de fer quelcom tan propi i personal com un projecte final de carrera o, en aquest cas, de grau.

En el meu cas, el projecte ha estat 100% propi, des del desenvolupament de la idea fins al disseny final, passant pel concepte, el disseny d'identitat o d'estructuració del web i de l'aplicació, i aquest fet m'ha permès fer-me'l meu i emprendre'l amb moltes més ganes que qualsevol altre projecte que pugui estar fent actualment.

En general, estic molt satisfeta principalment per dues coses: en primer lloc pel resultat final obtingut ja que des del meu punt de vista s'apropa molt al que actualment es pot trobar per internet i, a més, proposa un tipus de disseny pla, net i, sobretot, visual, que era el que buscava des d'un primer moment. I, en segon lloc, perquè he estat capaç de desenvolupar un projecte d'aquestes dimensions des del principi i passant per tot el procés de creació fins arribar al disseny final, de manera que he pogut experimentar, investigar i, sobretot, aprendre noves maneres de fer i de desenvolupar un projecte des de les primeres passes.

Segurament, amb més temps i més recursos el projecte es podria millorar considerablement. Per exemple, si tingués oportunitat de desenvolupar-ho per un ús real, invertiria molt més temps a la realització de proves d'usabilitat amb usuaris reals i amb més avaluadors. Tot i que l'experiència de veure com una persona externa al desenvolupament del projecte l'entén i proposa possibles millores al que haves pensat ha estat molt bona, poder contrastar aquesta informació amb la d'altres persones i veure com aquestes interactuen amb un prototip real permetria treure molt més suc al web i a l'aplicació i, segurament, seguir millorant-les. Tot i així, l'experiència amb l'avaluació heurística ha estat prou profitosa i, sobretot, un cop vistos els canvis aplicats en el disseny final.

Tot i així, tenint en compte el temps i els recursos dels que disposava, estic satisfeta amb els resultats obtinguts, tant en la part escrita i d'investigació, com en la part més tècnica i creativa.

# ANNEX 1

## LLIURABLES DEL PROJECTE

**Memòria del projecte:** PR\_mem\_Risueño\_Sarai.pdf

Desenvolupament escrit i visual del conjunt global del projecte. Document que inclou tot el procés de creació de compassGO així com els diferents apartats i aspectes abordats per a la correcta posada en pràctica del projecte.

**Editable de la memòria del projecte:** PAC\_FINAL\_mem\_RisueñoMontserrat\_Sarai.indd  
Arxiu d'Indesign amb la maquetació final de la memòria del projecte.

**Disseny del web:** Disseny\_WEB.pdf

Document pdf que inclou els dissenys de totes les seccions del web de compassGO.

**Disseny de l'aplicació:** Disseny\_APP.pdf

Document pdf que inclou els dissenys de totes les seccions de l'aplicació de compassGO.

**Editable del disseny web:** Disseny\_WEB.ai i Disseny\_WEB2.ai

Arxiu d'Illustrator que inclou el disseny de les diferents pàgines del web.

**Editable del disseny de l'aplicació:** Disseny\_app.ai

Arxiu d'Illustrator que inclou el disseny de les diferents pàgines de l'aplicació.

**Editable del logotip i identitat gràfica:** Logotio\_identitat\_compassGO.ai

Arxiu d'Illustrator que inclou el procés de creació del logotip així com d'alguns apartats de la identitat gràfica.

**Wireframes del web i l'aplicació:** Wireframes\_WEB\_APP.pdf

Document pdf que inclou els wireframes tant del web com de l'aplicació de compassGO.

**Presentació del projecte:** PAC\_FINAL\_prs\_RisueñoMontserrat\_Sarai.mp4

Document mp4 amb la presentació del projecte.

**Presentació del projecte:** PAC\_FINAL\_prs\_RisueñoMontserrat\_Sarai.ppt

Document pPower Point amb la presentació del projecte.

**Defensa del projecte:** PAC\_FINAL\_vid\_RisueñoMontserrat\_Sarai.mp4

Video presentació del projecte.

**Editable del vídeo presentació:** PAC\_FINAL\_vid\_RisueñoMontserrat\_Sarai.prproj

Arxiu d'Adobe Premiere amb el muntatge final del vídeo presentació.

**Autoinforme:** Autoinforme\_Risueño\_Sarai.pdf

Autoinforme d'avaluació del Treball Final de Grau.

**Llicències d'ús i arxius originals:** Llicències\_Risueño\_Sarai.pdf i Arxius\_Risueño\_Sarai

Document amb la relació de llicències dels arxius utilitzats i arxius d'imatges originals.

# ANNEX 2

## GUIA D'USUARI

En el cas que ens ocupa presentarem dues guies d'usuari diferents, una referent al web i l'altra referent a l'aplicació.

Ambdues seran senzilles ja que el sistema és fàcil i intuïtiu i no ofereix moltes alternatives d'ús als usuaris, i es mostraran per separat ja que la funció d'una i de l'altra és diferent.

### Guia d'usuari del web compassGO

El web de compassGO s'utilitzarà, principalment, per obtenir les millors rutes pels viatges depenent dels interessos de cada usuari i, en segon lloc, per conèixer les alternatives que ofereixen altres usuaris registrats i per estar informat sobre el que està passant en cada moment a diferents parts del món.

- Registre o inici de sessió

Per poder navegar pel web i conèixer una mica més sobre compassGO, no serà necessari que estiguis registrat, tot i així, quan estiguis interessat en generar una ruta pel teu viatge, caldrà que et registris en el nostre sistema.

Fer-ho és molt senzill. Des del menú superior que apareix a totes les pàgines del web hauràs d'accedir a la opció "Log in" i se t'obrirà una finestra emergent des de la qual podràs iniciar sessió si ja estàs registrat o registrar-te si encara no ho estàs. Pots fer-ho a través del teu compte de Facebook o des del teu correu personal.

Un cop ja estiguis registrat, el menú superior de la pàgina es modificarà i podràs accedir al teu perfil i a les diferents seccions actives del web.

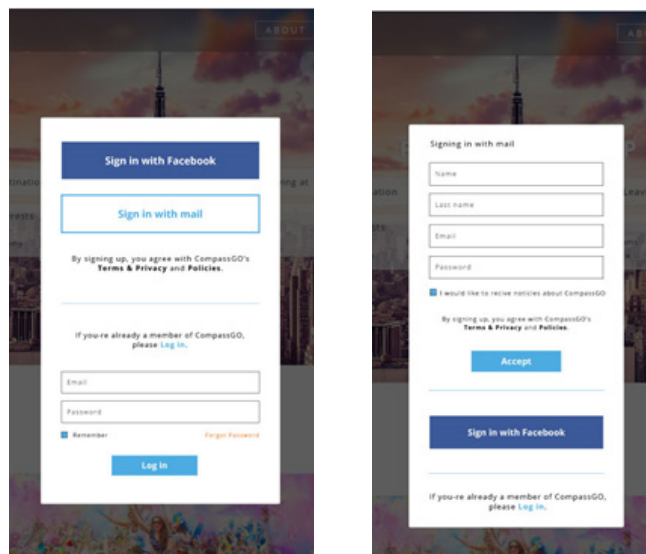


Figura 80. Inici de sessió i registre al web

- Generar rutes

Per generar la ruta ideal de cada usuari hi ha dos camins: un des de la pàgina inicial o *home* en la que apareix, en primer terme, un formulari a omplir. Hauràs d'introduir les dades del teu viatge i seleccionar què t'interessa fer en aquell viatge en concret.

Un cop introduïdes totes les dades, clica el botó "Search" per a què el sistema comenci a generar la teva ruta.



Figura 81. Capçalera de la home

Per tal de fer la navegació més accessible, també podràs generar les teves rutes des de la secció "Plan my trip" a la qual es pot accedir a través del menú, del peu de pàgina o dels enllaços que apareixen en les diferents seccions del web. En aquesta pàgina hi trobaràs un formulari igual que el de la *home*, així com la opció de diferents usuaris.

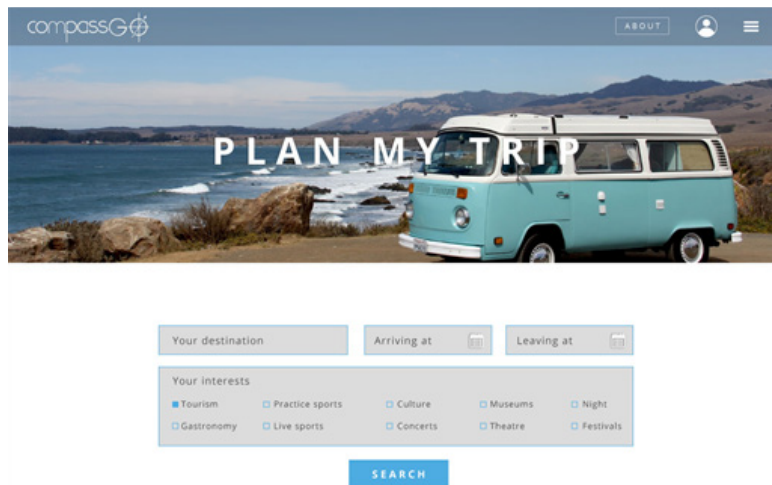


Figura 82. Secció Plan my trip

- Comprensió de la ruta de viatge

Un cop obtinguda la ruta ideal pel teu viatge, accediràs a la planificació. En aquesta hi trobaràs un mapa de la ciutat i podràs seleccionar els diferents dies del teu viatge. En aquest mapa t'apareixerà marcada la ruta i, a la part inferior, la planificació del que et recomanem veure per franges horàries.

A la part inferior et permetem realitzar diferents accions com, per exemple, guardar la ruta al teu perfil per poder-hi accedir sempre que vulguis, afegir-la als teus preferits, compartir-la a les xarxes socials o enviar-la per correu electrònic a qui tu vulguis.

A continuació, si el que vols és conèixer més detalladament alguna de les activitats que t'hem proposat, podràs accedir-hi a través del botó "More information". En aquest moment apareixerà una nova pàgina on tindràs informació sobre com arribar, horaris, consells i coses per fer, així com accés al web oficial del lloc, a la compra d'entrades, etc.

- **Altres seccions**

El web de compassGO compta amb dues seccions més que complementen a la primera i principal que acabem de veure. Una és "Live Now" on podràs trobar informació d'activitats i d'esdeveniments que tenen lloc en les dates actuals en diferents parts del món. Aquesta secció tindrà, de moment, 6 ciutats destacades i t'oferirem informació i una galeria d'imatges de l'esdeveniment senyalat.

Un exemple sobre un cas per aquesta secció el podríem trobar al mes de setembre, amb les festes de la Mercè de la ciutat de Barcelona.

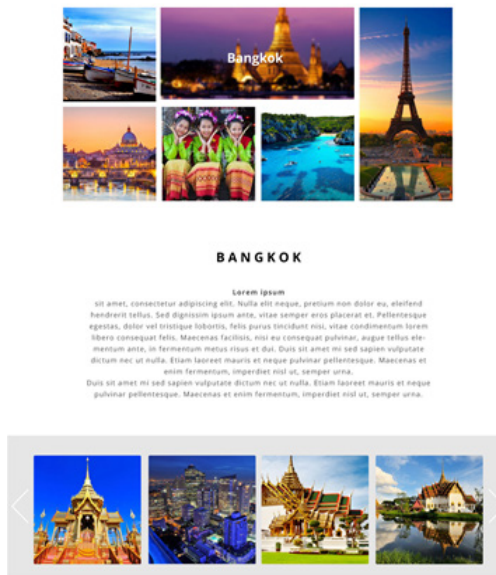


Figura 83. Secció Live Now

La tercera secció és "The best os users" des de la qual podràs accedir a les rutes recomanades d'altres usuaris de compassGO, podràs conèixer les tres rutes destacades de cada més i, a més, et permetrà afegir les teves propostes de rutes a través d'un formulari a peu de pàgina.

Aquest formulari és molt senzill, simplement has d'introduir les dades requerides, afegir el *Planning* de cadascun dels dies i, si ho creus necessari, ho podràs completar amb mapes del lloc i imatges.

- **Contacte i ajuda**

El web compta amb una secció per a què puguis contactar amb nosaltres. Hi podràs accedir des del menú inicial si no estàs registrat, des del menú pels usuaris registrats o des del peu de pàgina que apareix en totes les pàgines del web. En aquest apartat trobaràs un formulari per introduir les teves preguntes i un plànol sobre el lloc on ens trobem.

D'altra banda, també podràs contactar amb nosaltres a través de qualsevol de les xarxes socials que tenim actives, enllaços de les quals pots trobar des de qualsevol pàgina del web,

Finalment, t'oferim una secció d'ajuda on hi trobaràs resposta a les preguntes més freqüents.

### **Guia d'usuari de l'aplicació compassGO**

A diferència del web, l'aplicació no dóna la opció als usuaris de generar rutes. En un primer moment està pensada, només, per a què els usuaris registrats puguin accedir al seu perfil des de dispositius mòbils. És a dir, està pensada per a convertir-se en un suport durant el teu viatge.

- **Inici de sessió**

Així doncs, un cop descarregada l'aplicació serà imprescindible que iniciïs sessió amb les teves dades o que et registris en el sistema. Per aquesta raó el primer que apareixerà quan la obris per primera vegada, serà el formulari de registre.

Un cop ja t'hagis registrat, l'aplicació recordarà les teves dades i no caldrà que tornis a introduir-les.

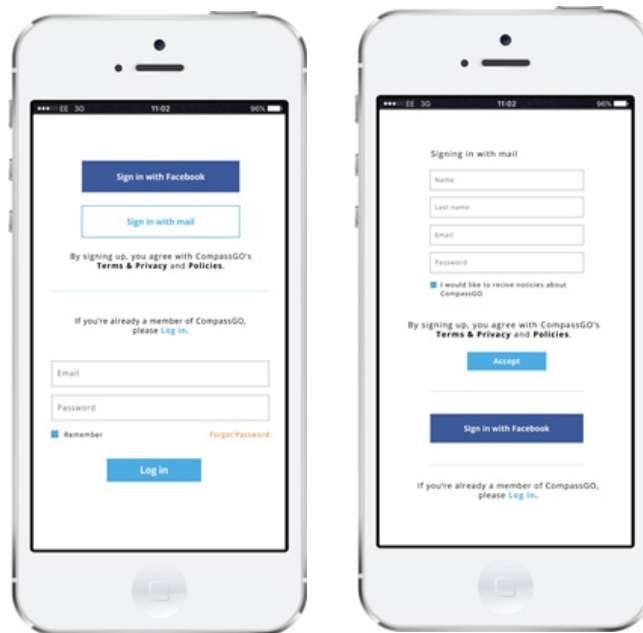


Figura 84. Inici de sessió i registre de l'aplicació

- Comprensió de la interfície

A continuació podràs accedir a les rutes que tinguis guardades, en el cas que tinguis alguna, i a la cerca i descàrrega de plànols de ciutats. A més, des de totes les pàgines per les que naveguis podràs accedir a un menú emergent a través del qual tindràs accés a totes les seccions de compassGO, i al teu perfil personal.

- Els teus viatges

Un cop accedeixis a “My trips” t’apareixerà una llista d’aquelles rutes que ja hagi generat i hagi guardat des del web. Cadascun dels teus viatges incorporarà la ruta, informació sobre el destí i consells:

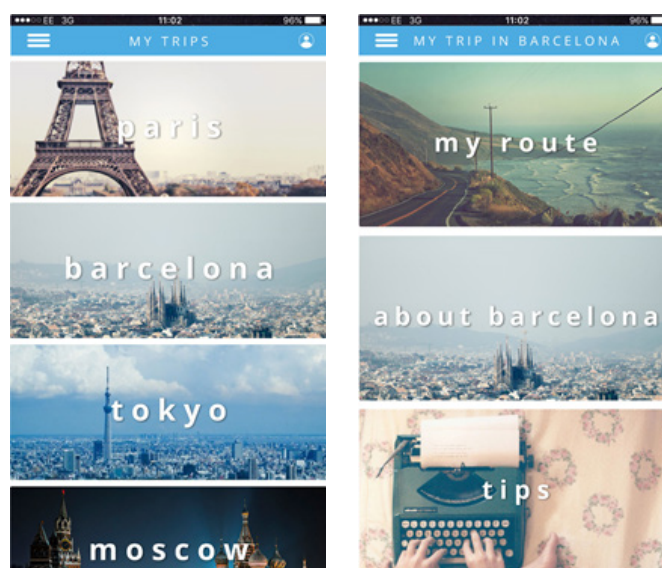


Figura 85. Secció My trips i del viatge seleccionat

El sistema de visualització de la ruta del viatge no difereix gaire del que estàs acostumat a veure al web. Podràs seleccionar els dies, cadascun d’ells amb un plànol i els llocs d’aquell dia indicats, i a la planificació dels llocs per hores.

També podràs trobar informació detallada de cadascun dels llocs recomanats accedint des del botó “More information”.

- Els teus plànols

D’altra banda, i com una de les seccions destacades, hi trobaràs l’accés als teus plànols. Aquests plànols els tindràs descarregats a la teva aplicació, de manera que hi podràs accedir encara que no tinguis connexió a Internet.

Un cop dins del plànol podràs desplaçar-te, ampliar-lo i reduir-lo i, a més, podràs dur a terme tres accions diferents: enviar-lo, compartir-lo i editar-lo. L’edició et permetrà marcar aquells llocs i serveis que vulguis tenir controlats un com estiguis al teu destí.

- Altres seccions

Finalment, des del menú de l’aplicació, podràs accedir a totes les seccions de l’aplicació com, per exemple, informació sobre compassGO, contacte, ajuda, condicions d’ús i els enllaços a les nostres xarxes socials.

# ANNEX 3

## LLIBRE D'ESTIL

En el següent apartat definirem de nou tots els aspectes relacionats amb el disseny i l'estil de compassGO, tant del web i l'aplicació, com de possibles aplicacions gràfiques que s'haguessin de fer en un futur:

- Logotips i anagrames

Veiem, en primer lloc, el logotip de compassGO. Fent referència al significat de *compass* (brúixola), s'ha introduït el símbol d'aquesta en l'aplicació gràfica del nom comercial. El fet d'introduir aquest icona permet utilitzar-lo per separat en altres aplicacions com, per exemple, podria ser el *favicon* del web, la marca d'aigua de les nostres imatges, o el símbol representatiu de la marca.

A continuació tenim, doncs, l'aplicació del logotip i del icona en positiu i en negatiu:



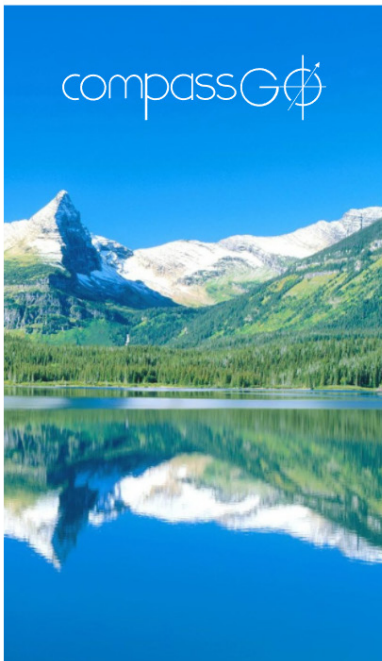
D'altra banda, la reproducció del logotip ha de mantenir sempre les mateixes proporcions així com la separació entre les lletres i l'icona.

Veiem a continuació com el logotip està dissenyat seguint unes proporcions que sempre s'hauran de respectar.



El logotip s'haurà de representar sempre en color blanc o negre depenent del color de fons que tinguem i del tipus d'imatge sempre respectant la màxima llegibilitat del mateix. Alguns dels exemples són:

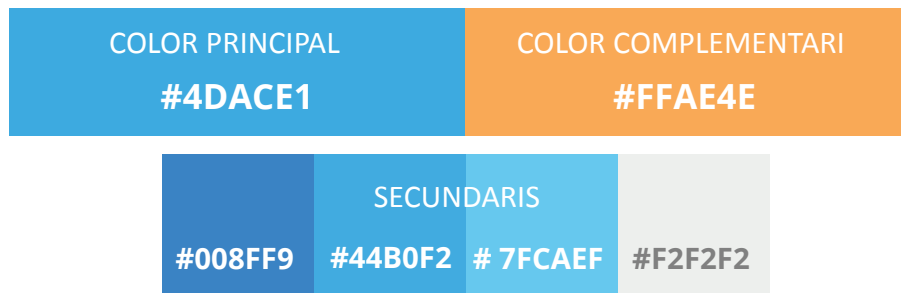




- Paleta de colors

Veiem a continuació la paleta de colors de compassGO. Sempre que sigui possible, principalment en el web i en l'aplicació, s'utilitzaran el mínim de colors ja que d'aquesta manera donarem sempre més importància a les fotografies que utilitzem. El color principal és el blau i tindrem colors secundaris que ajudaran a donar un lleuger contrast:

D'altra banda i, tot i que al web i a l'aplicació no s'utilitzi, cal tenir en compte que el color complementari al corporatiu que s'hauria d'utilitzar en altres aplicacions gràfiques on es necessités destacar informació seria el següent:



- Paleta tipogràfica

La tipografia corporativa de compassGO és la Open Sans. En títuls i destacats s'utilitzarà sempre en majúscules i amb un *tracking* alt, d'aquesta manera donarem espai entre les lletres.

Open Sans

ABCdefg

## TIPOGRAFIA DISPLAY

Open Sans Extrabold

Open Sans Bold

**ALL BEGINS  
WITH A  
SINGLE STEP**

**ALL BEGINS  
WITH A  
SINGLE STEP**

## TIPOGRAFIA TEXT

Open Sans Regular

Open Sans Light

"A journey of a thousand miles  
must begin with a single step."  
- Lao Tzu

"A journey of a thousand miles  
must begin with a single step."  
- Lao Tzu

- Tipologia d'imatges:

S'estableixen certs criteris a l'hora de triar el tipus d'imatges que es publicaran tan al web com a l'aplicació. Així doncs, tenim:

**Paisatges:** s'utilitzaran fotografies de paisatges a mode de postal, emotives i atractives, que convidin al viatge.

**Experiències:** es mostraran detalls i primers plans que recordin a un destí en concret i transmetin experiències viscudes pel viatger.

**Personatges de viatge:** les fotografies mostraran a gent gaudint del seu viatge i transmetran l'experiència del viatge en primera persona.

- Exemples d'ús correcte i incorrecte de les imatges

Les imatges de format gran inclouran, a baix a la dreta, l'icona de la marca. Aquelles imatges de mida petita i totes les que apareguin a l'aplicació, no l'inclouran ja que tindria una mida massa reduïda i generaria soroll en la imatge.

S'utilitzaran imatges nítides, sense excessius colors ni contrastos, d'aquesta manera assegurarem una bona visualització de l'icona.



Altres accions a evitar:

No girar la marca

No modificar les disposicions

No modificar l'espai de separació

Mantenir l'espai de respecte

No deformar

No afegir ombres per darrere

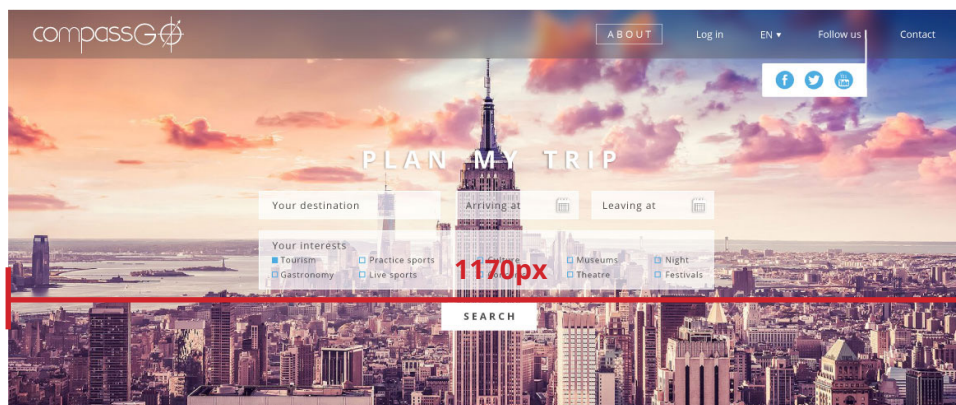
No canviar colors encara que siguin similars.

- Retícula dle web

El web de compassGO està dissenyada per tal de visualitzar-se a pantalla completa des de qualsevol ordinador.

L'ample utilitzat ha estat de 1170px, que s'apliquen a elements com la capçalera, el peu de pàgina i aquells destacats que volen donar importància a certa informació o a accions que els usuaris poden dur a terme.

La resta del contingut del web pot tenir una amplada màxima de 1000px, es troba sempre centrat i deixa a banda i banda marges blancs.



## LIVE NOW



Figura 86. Home de compassGO

D'altra banda, la retícula utilitzada per la part del contingut es divideix en tres columnes de les quals, depenent del tipus de contingut (text, imatges, destacats, etc) s'utilitzarà l'amplada d'1, de 2 o de les 3 columnes.

La principal avantatge de l'ús de les columnes és que si enlloc d'utilitzar l'aplicació s'accedeix al web des d'un dispositiu mòbil, s'aniran reduint el nombre de columnes a mida que disminueixi la resolució del suport amb el que es navega.

# ANNEX 4

## RESUM EXECUTIU

compassGo neix com un projecte de pàgina web i aplicació que pretén facilitar als viatgers la planificació dels seus viatges. A partir dels seus interessos el web els generarà una ruta sobre què visitar, quan i on. A més, podran trobar informació tècnica dels llocs com plànols, transports, horaris o preus d'entrades. D'altra banda, l'aplicació es crea com a complement d'aquest web per tal que els usuaris tinguin accés a les seves rutes, informació i plànols un cop es trobin al lloc de destí sense necessitat de tenir connexió a Internet. El mercat objectiu de CompassGo està comprès entre persones de 18 a 45 anys que viatgen per plaer i que no tenen l'alt nivell econòmic que requereix contractar viatges a agències.

Per a dur a terme el desenvolupament real d'aquest projecte, cal tenir un equip amb diferents perfils: un dissenyador web, un desenvolupador web, un responsable de màrqueting i un entès en temes legals. Entre tots ells es pot iniciar la primera fase de creació del projecte, recollida d'informació, programació i posada en marxa de l'empresa. En aquests tipus de productes online, no són necessàries grans infraestructures, però sí una mínima inversió per a assegurar que tot funciona correctament i que els usuaris ho rebin amb bons ulls.

Pel que fa a la inversió inicial, seria molt favorable comptar amb un soci implicat en el projecte de cadascun dels perfils necessaris. En cas de no ser així, caldria invertir en la programació del web, i posteriorment en el manteniment. D'altra banda, caldria comptar amb alguna persona que ens pogués assessorar en aspectes legals per si sorgeix algun tipus de problema. Pel que fa als altres dos perfils, ja quedarien coberts amb la meua experiència en els dos camps, tot i que si a llarg termini el projecte creix, caldria ampliar l'equip.

	<b>INVERSIÓ INICIAL</b>	<b>PRIMER ANY</b>	<b>SEGON ANY</b>	<b>TERCER ANY</b>
Programació	12.000€	6.000€	6.000€	6.000€
Lloguer Hosting	100€	100€	100€	100€
Assessoria legal	1.000€	1.000€	1.000€	1.000€

Taula 2. Previsió de la inversió

Pel que fa a la competència, actualment no existeix cap web que permeti als usuaris planificar automàticament les seves rutes de viatge a partir dels seus interessos, en canvi sí que hi ha alguna aplicació com City Maps que et permet la descàrrega de plànols de diferents ciutats per a poder accedir-hi sense connexió a Internet. Per tant, el web no tindria una competència directa, a més, seria útil per molts usuaris ja que Internet està massificat d'informació i, CompassGo serviria per aglutinar la més important i necessària.

Els beneficis econòmics del projecte no estan previstos a curt termini ja que, amb els possibles guanys, caldrà prèviament cobrir els costos. Les opcions per començar a tenir ingressos estan previstes a partir de la publicitat i dels usuaris que vulguin obtenir un compte Premium. En cas que el projecte funcioni, es podria buscar la possibilitat de gestionar algun tipus de producte, com per exemple la compra de les entrades, i poder cobrar algun tipus de comissió. Així doncs, el retorn de la inversió no està assegurat a curt termini i caldrà esperar a què el negoci funcioni per a obtenir beneficis sobre la inversió realitzada.

## DAFO

	<b>POSITIUS</b>	<b>NEGATIUS</b>
<b>ORIGEN INTERN</b>	<p><b>FORTALESES</b></p> <p>Producte únic, sense competència Útil pels usuaris i agències</p>	<p><b>DEBILITATS</b></p> <p>Difícil recollida de documentació Començar amb pocs ciutats Gran capacitat de base de dades Actualització constant</p>
<b>ORIGEN EXTERN</b>	<p><b>OPORTUNITATS</b></p> <p>Molt turisme lowcost Turisme en alça Possibilitat de trobar partners</p>	<p><b>AMENACES</b></p> <p>Molta informació paral·lela a Internet</p>

Taula 3. Anàlisi DAFO

# ANNEX 5

## G L O S A R I / Í N D E X A N A L Í T I C

**OMT:** Organització Mundial del Turisme. Organisme internacional creat l'any 1975 que s'encarrega de promoure el turisme,

**PIB:** Producte Interior Brut. Terme utilitzat en macroeconomia que suma els béns i serveis produïts per un sector econòmic durant un temps determinat.

**TIC:** Tecnologies de la Informació i la Comunicació. Terme que engloba els productes i tècniques utilitzades en la producció i la transmissió d'informació a través de les tecnologies.

**TGI:** Target Group Index. És la major empresa de màrqueting i d'enquestes de Gran Bretanya. Des que es va crear l'any 1969 s'ha expandit a més de 60 països amb més de 700 mil enquestats a l'any.

**DAFO:** Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats. És un mètode de planificació estratègica que serveix per avaluar els factors interns i externs que afecten a una organització.

# ANNEX 6

## BIBLIOGRAFIA

Organització Mundial del Turisme. UNWTO. (En línia). [Data de consulta: 18 d'octubre de 2015]. <http://www2.unwto.org/es>

TOURISMLink (2012). "The European Tourism Market, its structure and the role of ICTs" [Informe en línia]. The TOURISMLink Consortium. [Data de consulta: 18 d'octubre de 2015].

[http://www.iby.it/turismo/papers/TOURISMLink\\_MktReport\\_V2.pdf](http://www.iby.it/turismo/papers/TOURISMLink_MktReport_V2.pdf)

TOURISMLink (2012). "The European Tourism Market, its structure and the role of ICTs" [Informe en línia]. The TOURISMLink Consortium. [Data de consulta: 18 d'octubre de 2015].

[http://www.tourismink.eu/wp-content/uploads/2012/07/TOURISMLink\\_1107\\_A.pdf](http://www.tourismink.eu/wp-content/uploads/2012/07/TOURISMLink_1107_A.pdf)

Rose, Norm (2015). "How Will the Internet of Things (IoT) Impact the Travel Experience?" [Article en línia]. Phocus Wright. [Data de consulta: 18 d'octubre de 2015].

<http://www.phocuswright.com/>

Prabu, Karthick (2015). "All signs continue to point north for tours and activities" [Article en línia]. Tnooz. [Data de consulta: 18 d'octubre de 2015].

<http://www.tnooz.com/article/details-major-study-destination-tours-activities-marketplace-europe/>

World Travel Market (2014). "2014 Industry Report" [Informe en línia]. The World Travel Market. [Data de consulta: 18 d'octubre de 2015].

[http://www.wtmlondon.com/RXUK/RXUK\\_WTMLondon/2015/documents/WTM-Industry-Report-2014.pdf](http://www.wtmlondon.com/RXUK/RXUK_WTMLondon/2015/documents/WTM-Industry-Report-2014.pdf)

Kantar Media TGI. (En línia). [Data de consulta: 18 d'octubre de 2015]. <http://tgi.kantar-media.com/international>

City Maps 2Go Mapa Offline. Google Play. (En línia). [Data de consulta: 21 d'octubre de 2015]. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ulmon.android.citymaps-2go&hl=es>

Rodríguez, Jose Ramón. Mariné Jové, Pere. (2007). "Gestión de proyectos informáticos: métodos, herramientas y casos" [Materials en línia]. UOC. [Data de consulta: 22 d'octubre de 2015]. [http://materials.cv.uoc.edu/continguts/PID\\_00153519/index.html?ajax=true](http://materials.cv.uoc.edu/continguts/PID_00153519/index.html?ajax=true)

Urbano, David. Toledano, Nuria. Lamolla, Laura. (2013). "Iniciativa Emprenedora" [Materials en línia]. UOC. [Data de consulta: 22 d'octubre de 2015].

[http://materials.cv.uoc.edu/continguts/PID\\_00143775/index.html?ajax=true](http://materials.cv.uoc.edu/continguts/PID_00143775/index.html?ajax=true)

Vikipèdia (2015). (En línia). "Análisi DAFO" [Data de consulta: 19 d'octubre de 2015].

[https://ca.wikipedia.org/wiki/An%C3%A0lisi\\_DAFO](https://ca.wikipedia.org/wiki/An%C3%A0lisi_DAFO)



Megías, Javier. (2011). (En línea). “Herramientas: El lienzo de modelos de negocio” [Informe en línea]. El Blog de Javier Megías. [Data de consulta: 19 d’octubre de 2015]. <http://javiermegias.com/blog/2011/11/herramientas-el-lienzo-de-modelos-de-negocio-business-model-canvas/>

MockFlow. (En línea). “Wireframe Pro” [Aplicació en línea]. Produlce. [Data de consulta: 26 de novembre de 2015]. <http://www.mockflow.com>

Kambrica. (En línea). “¿Cómo construir personas (arquetipos)?” [Article en línea]. [Data de consulta: 28 de novembre de 2015]. <http://www.kambrica.com/blog/como-construir-personas-arquetipos/>

Kambrica. (En línea). “Tips para la creación de arquetipos (personas)” [Article en línea]. [Data de consulta: 28 de novembre de 2015]. <http://www.kambrica.com/blog/tips-para-la-creacion-de-arquetipos-personas/>

Kambrica. (En línea). “Personas (arquetipos): qué son, para qué sirven, y quiénes las usan” [Article en línea]. [Data de consulta: 28 de novembre de 2015]. <http://www.kambrica.com/blog/personas-arquetipos-que-son-para-que-sirven-y-quiénes-las-usan/>

Invisionapp. (En línea). “Invisionapp” [Aplicació en línea]. [Data de consulta: 5 de gener de 2016]. <http://www.invisionapp.com/>

# ANNEX 7

## VITA

Nascuda l'any 1988 a Barcelona, Sarai Risueño Montserrat és llicenciada en Periodisme per la Universitat Autònoma de Barcelona i actualment està acabant els estudis de Grau Multimèdia a la Universitat Oberta de Catalunya,

Les primeres experiències laborals se centren en el món del periodisme, principalment en el periodisme online, on treballa en publicacions com el diari Sport. Paral·lelament decideix descobrir i experimentar en un nou món, el del disseny online i iniciar el seu aprenentatge en disseny i maquetació, fet que posteriorment la durà a començar una nova carrera universitària centrada en aquest sector.

L'any 2011, quan inicia els seus estudis a la UOC, decideix centrar-se en aprendre i començar a agafar experiència laboral com a dissenyadora online, de manera que comença a treballar com a becària en diferents agències de publicitat online i en agències de comunicació on compagina els seus coneixements en comunicació i en disseny. Durant aquests anys treballa en agències com Iddium comunicació digital, Dipuntocom o Odigeo, aquest últim lloc amb un contracte de pràctiques centrat única i exclusivament a desenvolupar i aplicar els seus coneixements sobre disseny web.

Posteriorment fa el salt i decideix vincular-se en un projecte de nova creació, una productora audiovisual, on ocupa el lloc de responsable en disseny i comunicació, així com de tasques relacionades amb la producció. Tot i així, la posició no li permet centrar-se ni desenvolupar projectes de caire online.

Actualment ocupa un lloc com a dissenyadora web a Proclinic, una posició nova a l'empresa que l'està permetent obrir camí i marcar les primers pautes de disseny web en una empresa on fins ara aquestes decisions les prenia el departament de màrqueting. Paral·lelament està treballant en altres projectes personals també vinculats amb el disseny web i la comunicació online.

